

ZUZANNA STEFAŃSKA

CZARNY ŁABĘDŹ DEZINFORMACJI

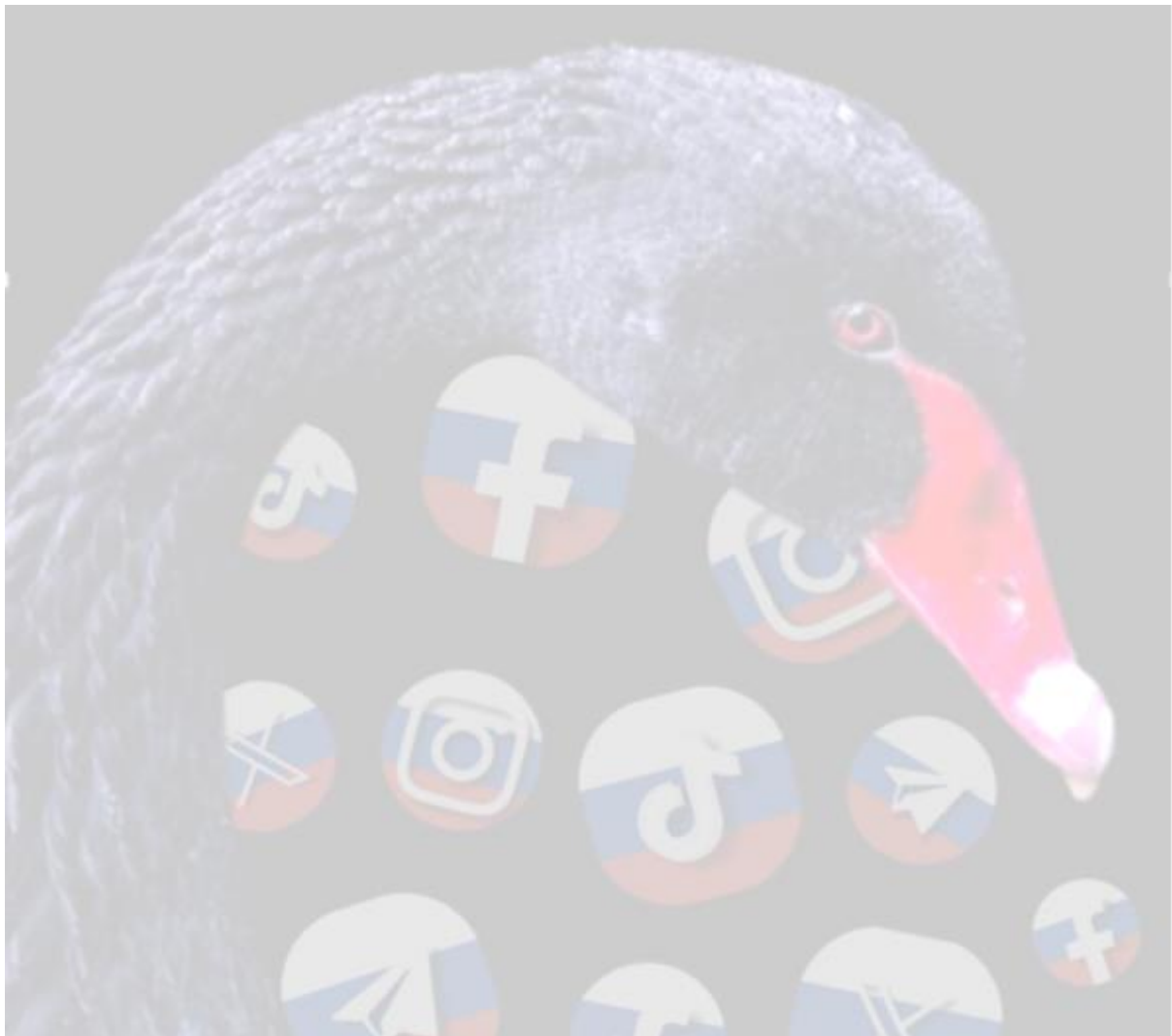
ANALIZA NOWEGO WYMIARU WOJNY
ROSYJSKO-UKRAIŃSKIEJ
I JEGO ROLI W KSZTAŁTOWANIU PERCEPCJI
KONFLIKTÓW ZBROJNYCH PRZEZ MŁODYCH LUDZI



Zuzanna Stefańska

CZARNY ŁABĘDŹ DEZINFORMACJI

Analiza nowego wymiaru wojny rosyjsko-ukraińskiej
i jego roli w kształtowaniu percepcji
konfliktów zbrojnych przez młodych ludzi.



WSTĘP

„Zło na świecie płynie niemal zawsze z niewiedzy, dobra zaś wola może wyrządzić tyleż szkód co niegodziwość, jeśli nie jest oświecona” – pisze w swojej powieści francuski pisarz Albert Camus, doskonale oddając przy tym istotę problemu, z którym niewątpliwie mierzy się dzisiejsza przestrzeń informacyjna. Sugerując się głównym przesłaniem „Dżumy”, ów cytat sprowadza się do rozumienia wrogości jako wszechobecnej epidemii, błyskawicznie rozprzestrzeniającej się w korzystnych do tego warunkach. Perspektywa szerzącego się zła, nie tylko ilustruje zjawisko konfliktów geopolitycznych XXI wieku, ale także odnosi się do innowacyjnego wymiaru ich prowadzenia, gdzie niekontrolowany dostęp do informacji oraz manipulacja treścią, stanowią nowe środowisko wojny.

„Każdy nosi w sobie dżumę, nikt bowiem nie jest od niej wolny. I trzeba czuwać nad sobą nieustannie, żeby w chwili roztargnienia nie tchnąć dżumy w twarz drugiego człowieka i żeby go nie zakazić”¹. Z kolei to metaforyczne przesłanie, tworzy niewidoczną w sensie dosłownym, kłamrę kompozycyjną mojej pracy. Wyszłam w niej z założenia, że celowe manipulowanie informacją przez Federację Rosyjską w mediach społecznościowych oraz niewiedza o występowaniu takiego zjawiska, prowadzi do błędnych przekonań, uprzedzeń jak i działań, które znacząco wpływają na eskalację mowy nienawiści oraz poglądów dotyczących narodu Ukraińskiego. Poparłam swoje przekonanie, odnosząc się do zaistniałych faktów i własnych analiz, niekiedy przytaczając algorytmy wykorzystywane przez platformy społecznościowe oraz psychologię odbierania i upubliczniania sfałszowanych treści, by zakończyć kilkoma słowami o długofalowych skutkach dezinformacji i ich wpływu na przyszłe strategie prowadzenia przedsięwzięć wojennych.

Z racji długoletniego doświadczenia w obsłudze urządzeń mobilnych, kluczowy aspekt omawianej kwestii stanowi również młodzież, która często z powodu wygody, wybiera mniej konwencjonalne środki zgłębiania i analizowania treści, udostępnianych w strefach informacyjnych danych portali społecznościowych. W rezultacie, często prowadzi to do bezmyślnego

¹ A. Camus, *Dżuma*, wyd. Państwowy Instytut Wydawniczy 2022, s 151-182

przekazywania i popularyzowania treści, niezgodnych z ich rzeczywistym stanem. Brak pozyskiwania wiadomości z rzetelnych źródeł przez młodych użytkowników mediów, może w przyszłości rzutować na znaczne podziały społeczne oraz zmniejszenie wiarygodności instytucji w oczach społeczeństwa. Stąd duża część mojej pracy, opiera się na analizie mechanizmów dezinformacji oraz sposobów, w jakie młodzi ludzie wpadają w różne formy manipulacyjnych pułapek.

Chciałabym, aby moja praca była przede wszystkim przestrożą, pisaną przez użytkownika mediów społecznościowych, dla użytkowników mediów społecznościowych.

1. FENOMEN CZARNEGO ŁABĘDZIA W ERZE DEZINFORMACJI

Począwszy od pojawienia się rozmaitych gatunków fauny na świecie, powszechna wiedza o kolorze upierzenia łabędzi, nie podlegała najmniejszym wątpliwościom. Rewolucyjnego odkrycia w sferze ekosystemowej, społeczeństwo doczekało się dopiero w drugiej połowie XVII wieku, za sprawą Willema de Vlamingha, który podczas swojej ekspedycji zaobserwował na terenach Australii, nieregularną odmianę ptaka, o wyrazistym czarnym kolorze i wyróżniającym się na jego tle, czerwonym dziobie. Jak się później okazało, była to odmiana pospolitego łabędzia, wynikająca z genetycznej mutacji białego pigmentu, która powoduje dominację ciemnej barwy upierzenia². Znany dziś jako *Cygnus atratus*, gatunek ten stanowi symbol różnorodności biologicznej oraz metaforyczny oksymoron, stosowany w różnych dziedzinach życia³.

W terminologii ekonomicznej, pojęcie „czarnego łabędzia” definiowane jest jako nieregularne zdarzenie o wyjątkowo trudnym do przewidzenia charakterze, znacząco godzącym w podstawy ekonomiczne np. danego

² P. Mielech, *Teoria czarnego łabędzia: czy niemożliwe może się zdarzyć?*, 2020, online: www.lynxbroker.pl/inwestowanie/gielda/informacje-gieldowe/handel-gielda/teoria-czarnego-labedzia/ [dostęp: 02.11.2024]

³ K. Kraaijeveld, *Black Swans Cygnus atratus adopt related cygnets*, 2005, *Ardea* 93(2), s 163

przedsiębiorstwa, z towarzyszącymi mu zazwyczaj długotrwałymi procesami przywracania panującego wcześniej porządku. Ze względu na niskie prawdopodobieństwo występowania, często jest ono bagatelizowane w prognozach i badaniach⁴. Pierwszym, który spopularyzował tą frazę, był matematyk libańsko-amerykańskiego pochodzenia, Nassim Nicholas Taleb, który w analogiczny sposób zatytułował również swoją książkę. Zgodnie z jego interpretacją, czarny łabędź odnosi się do rzadkich i ekstremalnie wpływowych wydarzeń, które wywołują przełomowe lub nieodwracalne zmiany w gospodarce, niosąc za sobą konsekwencje o rażąco dużym zasięgu⁵. Taka perspektywa, metaforycznego rozumowania „czarnego łabędzia” jest trafna zarówno z ekonomicznego punktu widzenia, jak i ogólnego pojmowania typologii wydarzeń o nieprzewidywalnej naturze.

Z czasem, termin wprowadzony przez Taleba, zyskał na jeszcze większej popularności i zaczął być szerzony w publicystyce, nie tylko jako określenie zdarzeń o profilu ekonomicznym, ale także społecznym i politycznym. Doskonałym przykładem jest użycie go w kontekście ataku terrorystycznego, przeprowadzonego przez członków Al-Kaidy 11 września 2001 roku. Konflikty o charakterze asymetrycznym, pozbawiającym życie około trzech tysięcy osób, wprowadzającym wszystkie służby Nowego Jorku w stan najwyższej gotowości oraz znacznie ingerującym w potencjał gospodarczo-społeczny Stanów Zjednoczonych (nieprzewidywalność stanowi tutaj kwestię sporną, ze względu na wcześniejsze działania Osamy bin Ladena, dlatego nie umieszczam jej w zestawieniu cech definiujących pojęcie czarnego łabędzia)⁶. Kolejne odnotowane użycia owego sformułowania w publicystyce na przestrzeni XXI wieku, występowały w artykułach na temat globalnego kryzysu finansowego w 2008 roku, wybuchu pandemii COVID-19, oraz spadku ceny ropy poniżej poziomu 0 dolarów w 2020 roku⁷.

Zasadnym jest zatem pytanie, czy nieprzewidywalny nalot niosącego nieszczęście ptaka, można w jakiś sposób przewidzieć lub skutecznie zatrzymać

⁴ E. Mączyńska, *Czym jest Czarny Łabędź? Po prostu ekonomia*, 2020, Gazeta SGH, s 1

⁵ N. N. Taleb, *Czarny łabędź. O skutkach nieprzewidywalnych zdarzeń*, wyd. Kurhaus 2014, s 12

⁶ M. Zuckoff, *11 września. Dzień, w którym zatrzymał się świat*, Wyd. Wydawnictwo Poznańskie, 2021 r, s 31

⁷ Serwis Rzeczypospolita, *Czarny łabędź: co oznacza to pojęcie?* 2021 r, online:

www.sukces.rp.pl/spoleczenstwo/art19082971-czarny-labedz-co-oznacza-to-pojecie [dostęp: 07.10.2024]

w dłuższej perspektywie czasowej? Powróciwszy do twórczości Nassima Nicholasa Taleba, znajdziemy na nie odpowiedź. Jego książka nie tylko wprowadza czytelnika w koncepcję wspomnianej metafory, ale także oferuje cenne wskazówki dotyczące sposobów przewidywania tego rodzaju wydarzeń. Pośród wszystkich innych, to właśnie w rozdziale czwartym widnieje stwierdzenie: „Zdajemy sobie sprawę, że nauka lub otwarty umysł pozwalają wyeliminować Czarnego Łabędzia. Oczywiście, jak udowodnili eksperci LTCM, za pomocą nauki można też Czarne Łabędzie wywołać, jeśli tylko przekona się ludzi, że ich pojawienie się jest niemożliwe”⁸. Taleb za najważniejsze metody ochrony przed niespodziewanym złem, trafnie uważa szeroko pojmowaną naukę i otwartość umysłu, jednocześnie podkreślając, że niesprawdzona wiedza może wciągnąć jednostkę w wir sfalszowanych materiałów, które uniemożliwiają racjonalną ocenę sytuacji.

Trudno więc nie zauważyć subtelnej, lecz znaczącej korelacji między przedstawioną przez Libańczyka metaforą, a istotą przebiegłego działania podmiotu, będącego jedną ze stron konfliktu – w tym przypadku – zbrojnego. Nieprzewidywalność, ekscentryczność, ponadprzeciętność, a z czasem bezprecedensowe ataki wykorzystujące nowsze techniki oparte m.in. na działaniu sztucznej inteligencji, to nic innego jak *czarny łabędź* przyszłości wojny informacyjnej. Aby skutecznie zapobiec pułapkom dezinformacji oraz wnikliwie zbadać zagadnienie propagandy, zwłaszcza w kontekście przebiegającego za naszą wschodnią granicą konfliktu rosyjsko-ukraińskiego, ważne jest również przywołanie istotnych pojęć.

Z powszechnie znanej definicji wynika, że dezinformacja to rodzaj oszustwa, który wykorzystywany jest do wprowadzania w błąd opinii publicznej bądź manipulowania nią. Zazwyczaj przejawia się fałszywą lub wprowadzającą w błąd formą, która jest tworzona z zamiarem dezorientacji odbiorcy⁹. Kierowana do określonej grupy, może przybrać wymiar kłamstwa i zawierać celowo utworzone, choć nie zgodne z rzeczywistością stwierdzenia, a biorąc pod uwagę środki masowego przekazu, także sensacyjne nagłówki¹⁰. Adekwatnie stwierdzić

⁸ N. N. Taleb, *Czarny łabędź. O skutkach nieprzewidywalnych zdarzeń*, wyd. Kurhaus 2014, s. 37

⁹ K. Materska, *Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy*, Warszawa 2007, s. 23-26.

¹⁰ M. Hetmański, *Spoleczny charakter informacji, Społeczeństwo informatyczne. Szansa czy zagrożenie?* Lublin 2003, s. 10-25

można, że stanowi ona przeciwstawność samego pojęcia "informacji", które w najogólniejszym znaczeniu należy rozumieć jako określoną porcję energii, skumulowaną w jej materialnym odwzorowaniu. Prościej rzecz ujmując, nie jest tylko abstrakcyjnym pojęciem, ale ma swoje fizyczne odwzorowanie nośnikowe, co oznacza, że może wyrażać się dźwiękiem, tekstem lub obrazem oraz można ją przechowywać, przesyłać i odbierać w dowolnej materialnej formie¹¹.

Należy zauważyć, że zestawienie tych dwóch pojęć wymaga uwzględnienia różnicy w ich odbiorze, gdzie informację postrzegamy jako przekaz rzetelny, oparty na faktach i zgodny z rzeczywistością, natomiast dezinformację jako celowe zniekształcanie pewnych elementów przekazywanej treści, co wówczas skutkuje jej niezgodnością ze stanem faktycznym. W tym miejscu rodzi się pytanie, czy dezinformacja może być wynikiem nieintencjonalnych działań? Oczywiście, jednakże w takim obrocie spraw, zgodnie z rezolucją dotyczącą unijnej strategii komunikacyjnej, przyjętą przez Parlament Europejski w 2016 roku, zmienia ona swoją nazwę. Bazując na raporcie Rady Europy, wyróżnia się trzy podstawowe kategorie nieładu informacyjnego: dezinformację, czyli celowe wprowadzanie w błąd; misinformację, czyli niezamierzone rozpowszechnianie fałszywych informacji; oraz malinformację, która polega na wykorzystywaniu prawdziwych informacji w sposób szkodliwy dla określonych osób lub grup, często przez upublicznianie informacji prywatnych¹².

Skupiając się na dezinformacji, ważnym jest przedstawienie oraz uzasadnienie jej obiegu, co pozwoli na lepsze zrozumienie mechanizmów działania oraz skutków, jakie może wywołać w społeczeństwie. Wyróżniamy dwa podstawowe typy rozpowszechniania fałszywych treści w przestrzeni medialnej – organiczny oraz wspomagany. Pierwszy, nazywany również oddolnym, polega na spontanicznym przekazie wiadomości, podejmowanym przez użytkowników danej aplikacji, opartym na indywidualnym wykorzystaniu mechanizmów do ich popularyzowania np. funkcja „podaj dalej” lub „udostępnij

¹¹ R. Kwećka, *Informacja w walce zbrojnej*, Warszawa 2001, s. 31.

¹² Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 23 listopada 2016 r. w sprawie unijnej komunikacji strategicznej w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich (2016/2030(INI)), Część pierwsza: *Ramy koncepcyjne, Trzy rodzaje nieporządku informacyjnego*.

znajomym”. Sposób wspomagany, jak mówi sama nazwa, działa na zasadzie automatycznego przekazu kreowanego przez specjalne programy komputerowe lub boty, które w sztuczny sposób zwiększają zasięgi danej treści¹³. Nieuniknionym jest również spotkanie się z połączeniem owych typów, gdzie skala zasięgu treści promowanych przez wytworzone w tym celu boty, składa się również na pojedyncze udostępnienia realnych osób korzystających z zasobów mediów społecznościowych. Co więcej, stwierdzić można, że wykorzystywanie zautomatyzowanych programów do szerzenia treści jest jedynie podstawą do ich uwiarygodnienia, natomiast reszta działań dezinformacyjnych dzieje się za sprawą indywidualnych użytkowników, którzy bez wiedzy o jej fałszywości przekazują ją dalej.

Zatem kluczowe jest, aby społeczeństwo, które codziennie korzysta z zasobów internetowych – w tym mediów – wykształciło w sobie mechanizm krytycznej analizy treści. Szczególna uwaga powinna być poświęcona informacjom związanym z konfliktami zbrojnymi, pochodzącym od podejrzanych użytkowników. Długotrwałe działania mające na celu uświadamianie społeczeństwa przyniosą pozytywne efekty w walce z dezinformacją, a w miarę nabywania przez jednostki umiejętności badania i oceny informacji, zdolność do weryfikacji treści oraz rozpoznawania manipulacji wzrośnie znacząco. Wspieranie i wzmacnianie edukacji medialnej oraz promowanie świadomego korzystania z informacji są kluczowymi czynnikami, pozwalającymi w przyszłości na zbudowanie odpornego społeczeństwa. W końcu, jak tłumaczy starożytny myśliciel i teoretyk wojny Sun Tzu: „Mówi się, że jeśli znasz swoich wrogów i znasz siebie, nie będziesz narażony na niebezpieczeństwo w setkach bitew”¹⁴.

2. CYFROWA ARENA KONFLIKTU

¹³ M. Popiołek, *Fake news i dezinformacja w mediach społecznościowych – źródła, mechanizmy rozprzestrzeniania, sposoby identyfikacji*, Centrum Edukacji Medialnej, 2024, online: www.cempolska.pl/knowledge_base/fake-news-i-dezinformacja-w-mediach-spoecznościowych-zrodla-mechanizmy-rozprzestrzeniania-sposoby-identyfikacji/ [dostęp: 30.10.2024]

¹⁴ Sun Tzu, *Sztuka Wojny*, Wyd. SBM, Roz. I: *Rozpoznanie*, s. 7

ROSYJSKO-UKRAIŃSKIEGO

Informacja, pobierana z wszelkiego rodzaju źródeł, jest naturalną i integralną potrzebą w cyklu rozwoju jednostki, a dla państwa stanowi istotny towar strategiczny, gdzie płaszczyzna bezpieczeństwa zależna jest od posiadanego zasobu informacyjnego, który należy odpowiednio chronić¹⁵. Na przestrzeni lat, bezpieczeństwo informacyjne stało się nieodłącznym elementem polityki międzynarodowej, gdzie właściwe zarządzanie zasobem informacyjnym i ochrona przed potencjalnym wrogiem są konieczne dla zachowania suwerenności i kontroli nad istotnymi obszarami funkcjonowania państwa. Można zatem stwierdzić, że punkt ciężkości walki w XXI w. przeniósł się do przestrzeni informacyjnej, a jej całkowite opanowanie przesądza o sukcesie wybranego aktora politycznego. W tym celu wykorzystywane są różnorodne techniki i strategie, które powodują, że platformy społecznościowe przekładają się na najistotniejsze akcenty rywalizacji, gdzie główna gra toczy się o ludzką świadomość¹⁶. Jak zakłada Tomasz Formicki, jest to wojna bez linii frontów, a polem bitwy stał się umysł człowieka¹⁷.

Nie ulega najmniejszej wątpliwości, że władze Federacji Rosyjskiej, z prezydentem Putinem na czele, uznały narzędzia technologiczne dostępne w wojnie informacyjnej za niezwykle ważny oręż w przebiegu wszelkiego rodzaju konfliktów międzynarodowych¹⁸. Przypomnijmy, że przygotowania do przeprowadzenia operacji na terenie Ukrainy, mających na celu rozszerzenie i umocnienie wpływów informacyjnych podczas działań hybrydowych, władze Rosji rozpoczęły już znacznie wcześniej, bo w latach 2007-2008. Zaczęto wtedy podejmować działania na rzecz wzmocnienia kremlowskiej obecności w

¹⁵ P. Dobrzycki, *Informacja jako czynnik sprawczy w sferze bezpieczeństwa w aspekcie działalności służb specjalnych*, [w:] *Bezpieczeństwo informacyjne. Aspekty prawno-administracyjne*, red. W. Kitler, J. Taczkowska-Olszewska, Warszawa 2017, s. 238.

¹⁶ Serwis Edukacja Prawnicza, *Informacja w mediach: dezinformacja, trolling, postprawda, fake news, deepfake*, 02 (181) 2022, online: www.edukacjaprawnicza.pl/informacja-w-mediach-dezinformacja-trolling-postprawda-fake-news-deepfake/ [dostęp: 23.20.2024]

¹⁷ T. Formicki, *Walka informacyjna i zarządzanie przekazem informacyjnym*. Antologia wybranych analiz i artykułów z lat 2008–2017, Warszawa 2017, s. 10.

¹⁸ P. Staniurski, *Trolling, fake news, infotainment. Rola mediów społecznościowych w prowadzeniu wojny informacyjnej na przykładzie działań podejmowanych w tym obszarze przez Federację Rosyjską*, Instytut Analiz Społecznych, s. 53.

tradycyjnych mediach, powołując się na budzące wątpliwości metody. Zaliczyć do nich możemy: propagandę, tworzenie złożoności problemu i mnogości wersji wydarzeń, presję psychologiczną, ignorowanie faktów i racjonalnych argumentów strony przeciwnej oraz narzucanie poglądów za pomocą półprawdy i spreparowanych dowodów¹⁹. Dokładnie odzwierciedla to również przypadek inwazji na Gruzję w 2008 roku, gdzie cyberataki były przeprowadzane na gruzińskich stronach rządowych i trwały nawet po zakończeniu operacji wojskowych. Polegały one głównie na demaskowaniu publicznych stron internetowych, przeprowadzaniu ataków DDoS (atak na system komputerowy, bądź usługę sieciową) na liczne cele publiczne i prywatne, dystrybucji złośliwego oprogramowania, oraz wykorzystywaniu adresów e-mail do rozsyłania spamu i ukierunkowanych ataków²⁰.

Działania podejmowane przez Federację Rosyjską kilkanaście lat temu mają swoje odzwierciedlenie w bieżących wydarzeniach związanych z konfliktem, który zaostrzył się od lutego 2022 roku. Oprócz działań militarnych, stosowania terroru oraz zastraszania społeczności międzynarodowej, jednym z kluczowych elementów stała się również intensywna kampania propagandowo-dezinformacyjna, wymierzona nie tylko w wywiady danych państw, lecz także w wybrane społeczeństwa. Z drugiej strony, zagrożenia informacyjne dotyczą również obywateli rosyjskich narażonych na zachodnią inspirację informacyjną, która może ingerować w ich nastroje bądź też sympatie polityczne, a tym samym zagrozić Kremlowi. Przyglądając się treściom doktryn, dotyczących bezpieczeństwa informacyjnego Rosji wskazuje się, że osiągnięcie celów polityki państwa bez efektywnego oddziaływania informacyjno-psychologicznego w XXI wieku nie jest możliwe²¹. W jednej z nich, ideolodzy Igor Panarin i Aleksandr Dugin, przypisali wojnie informacyjnej kluczowe miejsce w rosyjskiej strategii geopolitycznej, widząc w niej skuteczne narzędzie do prowadzenia konfliktów na

¹⁹ W. Baluk, Instytut Studiów Międzynarodowych UMCS, Serwis StopFake.org, *Wojna informacyjna Rosji przeciwko Ukrainie w latach 2014 – 2022*, 2023, online: www.stopfake.org/pl/wojna-informacyjna-rosji-przeciwko-ukrainie-w-latach-2014-2022/ [dostęp: 23.10.2024]

²⁰ Jose Nazario, *Georgia DDoS Attacks – A Quick Summary of Observations*, Arbor Networks Threat Intelligence, 2008, www.arbornetworks.com/blog/asert/georgia-ddos-attacks-a-quick-summary-of-observations [dostęp: 23.10.2024]

²¹ A. Legucka, *Dezinformacja jako element wojny element wojny informacyjnej Federacji Rosyjskiej – założenia i efektywność*, „Sprawy Międzynarodowe” 2020, nr 4, s. 161.

plaszczyźnie niekonwencjonalnej²². Obecnie, najskuteczniejszym sposobem manipulacji treściami oraz wpływania na opinię publiczną jest wykorzystanie niewinnych z pozoru aplikacji, które poprzez ciągły napływ informacji, pozwalają na wtopienie prorosyjskiej narracji w codzienny strumień wiadomości z różnych dziedzin.

W dobie globalizacji cyfrowej, coraz częściej pojawia się opinia, określająca media społecznościowe jako istotnego dystrybutora, rozprzestrzeniającego wiadomości z prędkością porównywalną do światła. Zmiana ta zapoczątkowała nową erę, w której tradycyjne źródła, takie jak prasa, radio czy telewizja, były stopniowo wypierane przez bardziej interaktywne aplikacje internetowe, które dzięki swoim dynamicznym formatom i możliwościom angażowania odbiorców, oferują użytkownikom przestrzeń nie tylko do konsumpcji treści, ale także do ich aktywnego tworzenia i współuczestniczenia w procesie wymiany informacji²³. W ogólnym ujęciu, definiuje się je jako internetowe kanały, które umożliwiają użytkownikom okazjonalną interakcję i selektywną autoprezentację, w czasie rzeczywistym lub asynchronicznie, z zarówno szeroką, jak i wąską publicznością, która czerpie wartość z tworzonych przez użytkowników treści i postrzegania interakcji z innymi²⁴. Oznacza to nieograniczoną możliwość tworzenia i dzielenia się własnymi, jak i utworzonymi przez innych treściami, budowanie więzi społecznych oraz wspólne uczestnictwo w dyskusjach. Zestawiając ze sobą dwa osobne raporty o globalnym postępie technologicznym z roku 2015 i 2024, przeprowadzone przez Simona Kempa i zespół Kepios, można zaobserwować drastyczny wzrost zjawiska rozwoju sieci mediów społecznościowych. W 2015 roku, całkowita liczba utworzonych kont wyniosła 2.08 biliony, co w przekładzie na procent populacji stanowiło 29%, natomiast osiem lat później wzrosła ona dwukrotnie, osiągając wynik dokładnie 5.04 bilionów, przekładający się już na 62%²⁵. Wykonując proste obliczenia, zauważamy, że liczba nowopowstałych

²² A. Darczewska, *Anatomia rosyjskiej wojny informacyjnej. Operacja krymska – studium przypadku*, 2014, s 15.

²³ Serwis ICDRC, *Wpływ mediów społecznościowych na rozpowszechnianie informacji*, 2024, online: www.icdrc.org/information/the-impact-of-social-media-on-information-dissemination [dostęp: 23.10.2024]

²⁴ C.T. Carr, R. A. Hayes, *Social Media: Defining, Developing, and Divining*, 2014, s 49-50

²⁵ Raport Digital 2015 Global (styczeń 2015), Raport Digital 2024 Global (styczeń 2024) online: www.datareportal.com [dostęp: 07.10.2024]

kont wzrastała średnio o około 370 milionów rocznie, czyli ilość porównywalną do ogółu ludności Stanów Zjednoczonych Ameryki. W rezultacie, platformy oraz twórcy treści stale poszukują nowatorskich narzędzi, które umożliwią bardziej efektywne docieranie do odbiorców, wpisując się w rosnący trend personalizacji i interaktywności w komunikacji cyfrowej.

Wśród stosowanych metod znajdują się specjalnie mechanizmy udostępniania i przekazywania treści, opracowane na rzecz zwiększenia interakcji z publikowanymi postami. Jedną z nich, pierwotnie wdrożoną przez Twittera (dzisiejszy X), a obecnie stosowaną w większości aplikacji, jest opcja „podaj dalej” (ang. *repost*). Odnosi się ona do aktu ponownego udostępniania materiałów już utworzonych i opublikowanych przez kogoś, na własnej stronie. Opcja *repostowania* lub udostępniania jest obecnie dostępna na prawie każdej platformie m.in. Facebook 'u i TikTok 'u²⁶. Z perspektywy dezinformacji „podaj dalej” stanowi wyjątkowo groźne narzędzie, umożliwiające wielokrotne przekazywanie tej samej treści przez kolejnych użytkowników, co skutkuje jej wyświetlaniem się w kanałach głównych (ang. *feed*) obserwujących. W ten sposób, dana treść może być rozpowszechniana ponownie przez kolejne osoby, które ją zauważą, tworząc tzw. efekt „karuzeli” informacyjnej²⁷. Co ciekawe, istnieje zjawisko, w którym omawiana metoda wynika z nawyków użytkowników mediów społecznościowych. Doskonałą ilustracją tego jest eksperyment przeprowadzony w 2023 roku przez Gizem Ceylan, który wykazał, że dzięki systemom polubień i komentarzy, platformy ukształtowały grupę użytkowników działających rutynowo. Jak się okazało, intensywnie korzystające z mediów osoby, nie były w żaden sposób motywowane ideologicznie w momencie przetwarzania i rozpowszechniania dezinformacji za pomocą *repost 'u*, natomiast głównie kierowały się potencjalnym zwrotem zaangażowania w formie polubień, komentarzy i dalszych udostępnień²⁸. Zjawisko to podkreśla również

²⁶ A. Szczudło, Serwis Creativa, *Repostowanie, linkowanie i embedowanie, czyli udostępnianie cudzych treści w social mediach*, 2019, online: www.creativa.legal/repostowanie-linkowanie-i-embedowanie-w-sieciach-spoecznościowych/ [dostęp: 07.10.2024]

²⁷ Serwis SocialPilot, *Social Media Terms – Repost*, online: www.socialpilot.co/social-media-terms/repost [dostęp: 31.10.2024]

²⁸ G. Ceylan, *How Social Media Rewards Misinformation 2023*, Yale SOM, online: www.insights.som.yale.edu/insights/how-social-media-rewards-misinformation [dostęp: 31.10.2024]

psychologiczne aspekty korzystania z *social mediów*, w których liczba interakcji pełni rolę waluty, a dopiero na jej podstawie oceniana jest wartość informacji.

Nie można pominąć również aspektu, który może poprzedzać metodę *repostowania* i znacząco wpływać na częstotliwość wyświetlania materiałów w przestrzeni medialnej. Mowa tu o mechanizmach algorytmicznych, które pełnią funkcję systemów sortujących i wyświetlających treści w odpowiedniej kolejności, tak aby użytkownicy uzyskali łatwy dostęp do interesujących ich informacji. Personalizacja polega głównie na priorytetowym traktowaniu materiałów zgodnych z osobistymi preferencjami osoby posiadającej konto na platformie, z uwzględnieniem jej poprzednich interakcji²⁹. Naturalnie, stanowią one istotne narzędzie dla firm lub *influencerów*, umożliwiając im precyzyjne dotarcie do odbiorców z określonymi zainteresowaniami, dzięki czemu mogą efektywnie promować swoje produkty i usługi. Na przykład, jeśli użytkownik często wchodzi w interakcje z postami związanymi z fitnessem, algorytm priorytetowo potraktuje wyświetlanie mu większej ilości marek zajmujących się produkcją odzieży sportowej.

Przedstawiona powyżej szczegółowa definicja algorytmu wykorzystywanego przez media społecznościowe, jednoznacznie prowadzi do refleksji na temat związanych z nim zagrożeń, które z resztą bywają powszechne. Wyróżnić tu możemy dwa najczęściej używane pojęcia, czyli „bańki filtrujące” (ang. *filter bubbles*) oraz „komory echa” (ang. *echo chambers*)³⁰. Bańki filtrujące oznaczają selektywne dostosowywanie przez algorytm wyświetlanych treści, przez co ograniczany jest dostęp użytkownika do informacji spoza jego przekonań i zainteresowań. To swego rodzaju mentalne odosobnienie, w rezultacie którego użytkownicy mogą być mniej narażeni na przeciwstawne punkty widzenia. Zawężenie horyzontów informacyjnych prowadzi do kreowania określonej postawy społecznej wśród odbiorców, gdzie ciągłe potwierdzanie nabytych przekonań wzmacnia ideologiczną jednorodność. Nie tylko wpływa to negatywnie na zdrowie psychiczne użytkowników, ale także

²⁹ M. A. Golino, Institute for Internet and the Just Society, *Algorithms in Social Media Platforms*, 2021, online: www.internetjustsociety.org/algorithms-in-social-media-platforms [dostęp: 02.11.2024]

³⁰ J. Möller, Heinrich-Böll-Stiftung, *What are Filter Bubbles and Digital Echo Chambers?*, 2022, online: www.il.boell.org/en/2022/03/04/what-are-filter-bubbles-and-digital-echo-chambers [dostęp: 02.11.2024]

proceeds to the limitation of the ability to conduct a reliable exchange of views in the media space, and what follows is the creation of polarized groups. Echo chambers arise, when users themselves select their sources of information, and interactions are limited mainly to people with similar convictions. In such cases, opposing or different points of view are effectively muted, and convictions are strengthened through the frequent repetition of the same content within a closed community. The main difference between these two cases is the decision, which is made by individual users. They can consciously choose an information group, in which they will move, enabling the algorithm of the application to tailor the content to their preferences or the process can proceed unintentionally, when users unconsciously strengthen their preferences through interactions with specific content³¹.

In both cases, the algorithm automatically selects content, which limits access to diversified perspectives and reinforces one-sided perception of reality, creating an ideal environment for disinformation, which is easily spread in closed groups of recipients³². Unfortunately, complete resignation or its suspension is impossible, because it is an integral element of the functioning of social media applications, enabling adaptation to individual needs of recipients. Therefore, selective content selection and conscious reaction, have such a great significance in minimizing the influence of disinformation, where one, seemingly insignificant interaction with material of doubtful reliability can cause the user to unconsciously deal with information inconsistent with reality. Moreover, such behavior can lead to a spiral of their observers, using various sharing functions, for example the "share" option.

³¹ B. Kitchens, S. L. Johnson, P. H. Gray, *Understanding Echo Chambers and Filter Bubbles: The Impact of Social Media on Diversification and Partisan Shifts in News Consumption*, Uniwersytet Wirginii, 2020

³² S. Chalke, D. Mishra, *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology (IJARSCT), Studying the Impact of Social Media Algorithms on the Spread of Misinformation and its Effects on Society*, 2023, s 354

3. ILUZJA RZECZYWISTOŚCI

3.1 Ślad przeszłości

Z dniem inwazji wojsk rosyjskich na Ukrainę, będącej eskalacją konfliktu zbrojnego trwającego od 2014 roku, swój początek miał również intensywny atak informacyjny w polskiej przestrzeni internetowej oraz mediach społecznościowych³³. Jak informuje nas komunikat ws. prorosyjskich ataków informacyjnych, już od wczesnych godzin porannych, social media zostały zalane masowymi *fake newsami* o prowadzeniu działań wojskowych na terenie Ukrainy. W komunikacji medialnej ukazywano głównie negatywne emocje w oparciu o nacjonalistyczne resentymenty oraz mowę nienawiści, skierowaną wobec obywateli Ukrainy³⁴.

Po upływie zaledwie 48 godzin od pierwszej informacji podanej do mediów, Instytut Badań Internetu i Mediów Społecznościowych zidentyfikował działanie co najmniej trzech zorganizowanych grup, prowadzących dezinformację w obszarze polskich mediów społecznościowych – szczególnie na Facebook ‘u i Twitterze. Ich aktywność opierała się na publikowaniu wpisów o prorosyjskiej orientacji, głównie w wątkach dyskusyjnych dotyczących sytuacji na Ukrainie, ale także organizacji międzynarodowych takich jak Unia Europejska czy NATO oraz sytuacji gospodarczej Polski. Przykładem są nasilone działania w zakresie dezinformacji na temat cen i dostępności paliw w Polsce, co wywołało znaczny chaos i zaniepokojenie wśród obywateli, powodując wzrost poziomu wyszukiwanej frazy “brak paliwa” w okresie 20-26.02.2022 r.

³³ Serwis Rzeczypospolitej Polskiej, Służby specjalne, *Polska na celowniku dezinformacji*, online: www.gov.pl/web/sluzby-specjalne/polska-na-celowniku-dezinformacji [dostęp: 06.10.2024]

³⁴ IBMS, *Komunikat ws. dezinformacji ws. sytuacji na Ukrainie w Internecie*, online: www.ibims.pl/komunikat-ws-szerzenia-dezinformacji-ws-sytuacji-na-ukrainie-w-polskiej-przestrzeni-internetowej/ [dostęp: 06.10.2024]



Źródło: Google Trends, Zainteresowanie w ujęciu czasowym, fraza: *brak paliwa*, www.trends.google.com [dostęp: 06.10.2024]

Szacuje się, że dotarcie tych komunikatów objęło około 2 miliony kanałów z informacjami, natomiast skala największego ataku dezinformacyjnego roku 2022 ze strony Rosji, sięga aż do około 300 kont i profili. Za motyw wskazują się tu, prowadzoną przez Federację Rosyjską, psychologię sabotażu, skutkującej skompromitowaniem i osłabieniem reputacji narodu polskiego w celu wzmocnienia własnej pozycji³⁵.

W tym okresie, szczególną popularność jako platforma do rozpowszechniania dezinformacji i propagandy, zyskał X. Powodem tego może być fakt, że jako jedna z niewielu aplikacji gromadzi ona indywidualnych użytkowników, ale również działa jako wartościowy środek przekazu, promując przy tym przedstawicieli instytucji państwowych, urzędów administracji oraz innych organów, posiadających na nim wyspecjalizowane konta³⁶. Oficjalne strony na platformie X w Polsce posiadają m.in. Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Kancelaria Prezydenta, Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Ministerstwo Sprawiedliwości, czy Rządowe Centrum Bezpieczeństwa. Tam, jak w żadnej innej aplikacji, praktycznie codziennie publikowane są kluczowe wpisy dotyczące kwestii związanych z bezpieczeństwem narodowym, wyjazdami i negocjacjami polskiej delegacji, a także istotnymi wydarzeniami politycznymi i gospodarczymi. Udostępniane zarówno przez przedstawicieli rządu, jak i podawane dalej przez niezależnych użytkowników, informacje te mogą szybko dotrzeć do szerokiego grona odbiorców, co czyni z tej platformy ważne narzędzie wpływu na opinię publiczną oraz źródło bieżących wiadomości. Z perspektywy Kremla, pominięcie możliwości wykorzystania platformy o tak wysokiej renomie

³⁵ IBMS, Komunikat ws. prorosyjskich ataków informacyjnych 24.02.22, online: www.ibims.pl/komunikat-ws-prorosyjskich-atakow-informacyjnych-24-02-22/ [dostęp: 06.10.2024]

³⁶ Internetmatters.org, zespół ds. Internetu, *Co to jest X?*, 2024, online: www.internetmatters.org/pl/hub/news-blogs/twitters-parental-controls-and-privacy-settings-what-parents-need-to-know/ [dostęp: 06.10.2024]

byłoby istotną stratą, szczególnie, że użytkownicy tej aplikacji są przyzwyczajeni do odbierania publikowanych tam treści jako wiarygodnych, pochodzących w głównej mierze od organów państwowych lub udostępnianych przez osoby prywatne.

Bazując na raporcie przedstawionym w 2023 roku przez Gemius, PBI oraz IAB Polska, największą grupę użytkowników aplikacji X stanowią osoby w wieku 25-34 lat, co na dobrą sprawę świadczy o niewielkiej ilości młodych ludzi, czerpiących z niej informacje. Jednak pomimo tego, że w swojej pracy skupiam uwagę głównie na pokoleniu młodszych roczników, to mylnym byłoby powiedzenie, że manipulacja ma przypisaną grupę wiekową, na którą ściśle oddziałuje. Z pewnością, wiek ma znaczenie w kontekście bycia wprowadzającym w błąd, natomiast nie można pomijać faktu, że dobrze skonstruowana dezinformacja jest w stanie zakorzenić się również w umyśle osób ze znacznie większym doświadczeniem życiowym. Zakładam, że takie podejście jest ściśle związane z kampanią dezinformacyjną Federacji Rosyjskiej, ponieważ biorąc pod uwagę pozytywną – jak dotąd – reputację platformy, czymś banalnym jest zyskać zaufanie odbiorców, co z kolei przyczynia się do rozpowszechniania treści zgodnych z interesami Kremla.

Warto wspomnieć, że na ten moment zidentyfikowanie niektórych materiałów multimedialnych w archiwach portali, stanowi nie lada wyzwanie ze względu na podjęte przez odpowiednie komórki działania, w kwestii zapobiegania ich dalszemu obiegowi. To, co pozostaje nadal widoczne, jest w większości reakcją na sfałszowane informacje, pisaną przez użytkowników lub administratorów grup skupiających określone grono odbiorców.



RaportWojenny @Raport... · 26.02.2022

FAKE NEWS: Informacja, że Polska straż graniczna informuje o możliwym ataku z terytorium Białorusi to bzdura. Podajcie dalej żeby nie siać paniki. Jak zobaczycie kogoś kto powiela te głupoty, proszę zgłaszać.

5

2,3k

4k

|||

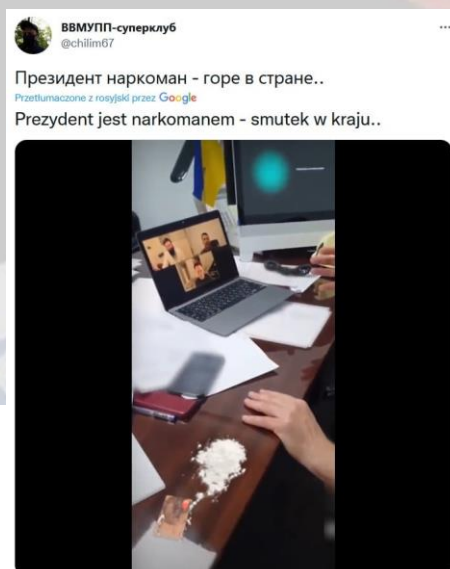
🔖 ↗

Źródło: Portal X, wpis użytkownika RaportWojenny, www.x.com/raportwojenny/ [dostęp: 06.10.2024]

Umieszczony wyżej załącznik, dokładnie ilustruje jeden z licznych ataków dezinformacyjnych, które miały miejsce w tamtym okresie. Mianowicie,

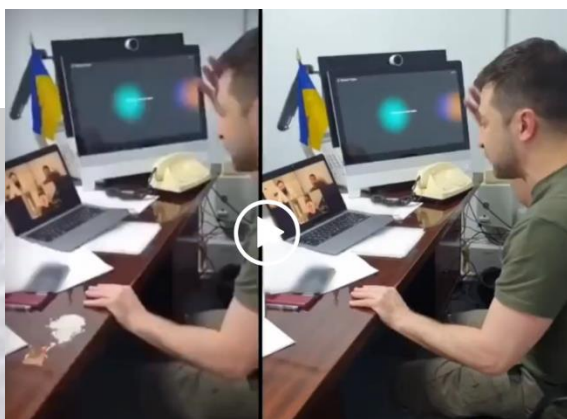
wnioskujemy z niego, że do obywateli musiała trafić wiadomość o potencjalnym ataku militarnym z terytorium Białorusi. Jej intrygującym aspektem, jest bez wątpienia powołanie na Straż Graniczną jako pośrednika w przekazywaniu nieoficjalnych informacji do przestrzeni publicznej. Brak dostępu do pierwotnej wersji tweeta, skłania jedynie do wysnuwania przypuszczeń, bezpośrednio odnoszących się do liczby użytkowników, która bezrefleksyjnie uznała go za prawdę, bądź weszła z nim w interakcję.

Jednym z wielu przykładów, jakie udało mi się znaleźć w archiwach serwisu X jest film, na którym prezydent Ukrainy Wołodymyr Zełenski, podczas wirtualnego spotkania ma rzekomo wspomagać się nielegalną substancją psychotropową – kokainą. Wszystko zaczęło się 6 marca, kiedy to Zełenski rozmawiał za pośrednictwem wideokonferencji z przedsiębiorcą i współzałożycielem kilku przedsiębiorstw Elonem Muskiem. Już kilka tygodni później, fragment filmu z tego spotkania posłużył za materiał do manipulacji, ponieważ na biurku wstawiono biały proszek sugerując, że to narkotyki. Post zamieszczony na X przez rosyjskiego użytkownika-propagandyście zawierał po przetłumaczeniu treść: „Prezydent jest narkomanem – smutek w kraju...”. Zaniepokojeni tą informacją odbiorcy, postanowili zweryfikować, czy przedstawiony fragment jest zgodny z prawdą.



Źródło: FakeNews.pl, *Zelenski i kokaina. Falszywe kremlowskie narracje o narkomanach rządzących Ukrainą*, www.fakenews.pl [dostęp: 13.20.2024]

Analiza nagrania w dość krótkim czasie wykazała dowody odrzucające pierwotną wersję, natomiast potwierdzające, że widniejący na nagraniu narkotyk został dodany za pomocą programu do montażu filmów. Poniżej przedstawiam przerobione video (lewa strona) oraz oryginał (prawa strona).



Źródło: National Post, *Fact check: Video of Zelensky at his desk altered to add suspicious white powder*, www.nationalpost.com [dostęp:13.20.2024]

Na tym się jednak nie skończyło. Kreml, rozczarowany swoim niepowodzeniem, postanowił kontynuować narrację, która przedstawiała Ukrainę jako kraj rządzony przez osoby uzależnione od nielegalnych substancji, a szczególnie skupił się na stawianiu zarzutów wobec prezydenta Zełenskigo, określając go mianem kokainisty. Zaledwie miesiąc po wspomnianym spotkaniu, prezydent zamieścił w mediach społecznościowych kolejne nagranie, w którym przekazał pozdrowienia dla Ukraińców, co kremlowskie media natychmiast podchwyciły, raz jeszcze kreując narrację skoncentrowaną na narkotykach.



Źródło: X, wpis użytkownika @Baba_yaga_bum, www.x.com/Baba_yaga_bum/status [dostęp:13.10.2024]

Polskojęzyczny troll, wyprodukowany na potrzeby szerzenia rosyjskiej propagandy i manipulacji informacją, zasugerował, że na biurku prezydenta Zelenskigo znajdują się narkotyki, a także twierdził, iż oryginalne nagranie zostało usunięte z sieci. Narracja ta była wspierana także przez chińskie media, gdzie na jednym z kont został opublikowany ten sam materiał wideo, ponoć udowadniający obecność przedmiotu łudzaco podobnego do opakowania substancji odurzającej. Film ten wyświetlono ponad 11 tysięcy razy.



Źródło: YouTube, film użytkownika 龍少哥, www.youtube.com/watch?v=pcXIjE6gxAA [dostęp:13.10.2024]

W rzeczywistości, na oryginalnym nagraniu, które wciąż jest dostępne na koncie prezydenta, przedmiot ten okazał się być ładowarką do telefonu, a rzekome linie od narkotyków były jedynie refleksami od ramki ze zdjęciem rodzinnym oraz zdobieniami stołu³⁷.



Źródło: Instagram, post użytkownika @zelenskyy_official, www.instagram.com/zelenskyy_official/ [dostęp:13.10.2024]

³⁷ Serwis National Post, *Fact check: Video of Zelenskyy at his desk altered to add suspicious white powder - An iteration on TikTok has garnered more than 526,800 reproductions as of April 26, 2022*, online: www.nationalpost.com/news/world/fact-check-video-of-zelenskyy-at-his-desk-altered-to-add-suspicious-white-powder [dostęp: 13.10.2024]

Ostateczną próbą przekonania odbiorców do tezy o uzależnieniu prezydenta Ukrainy było powołanie się na coś, co w dużym stopniu wpływa na młodych użytkowników mediów społecznościowych, mianowicie wciągnięcie w sprawę amerykańskiego aktora, Elijaha Wooda, znanego z roli w filmie „Władca Pierścieni”. W jednym z nagrań sporządzonych za pośrednictwem aplikacji Cameo, aktor przekazał wiadomość: „Mam nadzieję, że otrzymasz pomoc, której potrzebujesz. Dużo miłości, Vladimir, dbaj o siebie.” Jak się później okazało, film ten został zmodyfikowany. Dodano emotikony, loga oraz oznaczenie konta prezydenta, a następnie rozpowszechniono go w mediach społecznościowych, często na platformach wspieranych przez rząd rosyjski. Niektóre wycinki z nagrania były nawet emitowane w popularnym rosyjskim programie politycznym. Z raportu Microsoftu wynika, że użytkownicy Cameo mogli poprosić gwiazdę o wiadomość do „Wołodomyra”, który na nagraniu został przedstawiony jako „Vladimir”, nie zdając sobie sprawy, że ich nagrania posłużą później do rosyjskiej propagandy. Sam rzecznik Wooda wyjaśnił, że aktor jedynie odpowiedział na prośbę z Cameo, a nagranie nie miało żadnego związku z Zełenskim ani z konfliktem w Ukrainie³⁸.



Źródło: X, wpis użytkownika @shayan86, www.x.com/Shayan86/status/ [dostęp: 13.10.2024]

Tego rodzaju przekaz stanowił ewidentną próbę wpłynięcia na opinię publiczną użytkowników aplikacji X oraz miał na celu zdyskredytowanie wizerunku ukraińskiego prezydenta w oczach międzynarodowej społeczności.

³⁸ A. Vicens, Serwis Cyberscoop, *Russian information operation uses US celebrity Cameos to attack Zelensky*, online: www.cyberscoop.com/russia-hollywood-actors-zelensky/ [dostęp: 13.10.2024]

Manipulowanie nagraniami odgrywa istotną rolę w sprawianiu, że dezinformacja wydaje się być prawdziwa. Dzięki zaawansowanym technikom montażu, materiały mogą być łatwo modyfikowane tak, że trudno jest odróżnić je od autentycznych, a wprowadzenie elementów powszechnie wywołujących kontrowersje, takich jak określone przedmioty, czy w tym przypadku substancje, pozwala nadać materiałowi pozory wiarygodności. Również odwoływanie się do osób o wysokim statusie społecznym, takich jak aktorzy czy influencerzy, ma decydujące znaczenie w kształtowaniu odbioru treści przez młodsze pokolenie, dla którego mogą być oni autorytetami lub wzorami do naśladowania. Obecność popularnych i lubianych postaci w sfałszowanym przekazie medialnym sprawia, że młodzi odbiorcy częściej skłonni są przyjmować przedstawiane informacje bezkrytycznie, uważając je za wiarygodne.

Pisząc o kontrowersji, nie sposób pominąć śmiertelny incydent związany z bójką na Nowym Świecie w Warszawie, który o dziwo również stał się narzędziem rosyjskiego przekazu prowokacyjnego. 8 maja 2022 roku w polskich mediach społecznościowych rozpowszechniono nagranie, które ukazuje brutalne zajście. Dwóch mężczyzn atakuje przechodnia, szarpiąc go i przeciągając w kierunku bramy, gdzie dołącza kolejny napastnik. Tam ofiara zostaje powalona na ziemię i kilkakrotnie ugodzona nożem. W obliczu zbierającego się tłumu, napastnicy decydują się na ucieczkę, choć jeden z nich pozostaje na miejscu i kontynuuje atak, co ostatecznie wpływa na tragiczne losy ofiary. Tu nagranie się urywa³⁹.

Prorosyjskie media, szybko podchwycając istotny szczegół materiału, kolejny raz utworzyły wiarygodną dla nieświadomej części społeczeństwa narrację, wzmacniającą propagandę oraz wzbudzającą dodatkowe napięcia między społecznością polską i ukraińską. Ze względu na obecność głosu mężczyzny posługującego się językiem bardzo podobnym do ukraińskiego, podstawą stało się wysnucie historii, sugerującej, że sprawcami incydentu byli obywatele Ukrainy przebywający w Polsce. Taka interpretacja pojawiła się m.in. na Instagramie, gdzie jeden z postów zawierał komentarz autora, który po

³⁹ A. Glinianowicz, Serwis Warszawa Nasze Miasto, *Zabójstwo na Nowym Świecie. Sprawę komentuje Zbigniew Ziobro. Postępowanie zostało przeniesione do Prokuratury Krajowej*, 2022, online: www.warszawa.naszemiasto.pl/zabojstwo-na-nowym-swiecie-sprawe-komentuje-zbigniew-ziobro/ar/c1-8817233 [dostęp: 13.10.2024]

przetłumaczeniu brzmi dokładnie: “Ukraińska wdzięczność. Ukraińscy uchodźcy zaatakowali, pobili i dźgnęli miejscowego mieszkańca, który próbował stanąć w obronie (?). Według doniesień mediów mężczyzna doznał wielu ran kłutych i zmarł.”



Źródło: Instagram, post użytkownika @warcrimes22, www.instagram.com/warcrimes22 [dostęp: 13.10.2024]

Z dostępnych, zweryfikowanych źródeł wynika, że mężczyźni biorący udział w bójce byli obywatelami Polski. Prokurator generalny Zbigniew Ziobro ujawnił nazwiska podejrzanych, byli to Łukasz G., Sebastian W. oraz Dawid M. – dwóch z nich zostało skazanych na siedem lat więzienia⁴⁰. Do tej pory nie znaleziono żadnych dowodów na to, aby sprawcami byli obywatele Ukrainy, przyjęto że osoba nagrywająca była jedynie świadkiem. Analiza posta wykazała jego ograniczony zasięg (16 polubień), choć istnieje możliwość, że mógł być on udostępniany na innych platformach, zanim został usunięty. Twierdzenie, że incydent miał miejsce w obronie osoby trzeciej, jest równie niezgodne z prawdą, jako że faktycznym powodem zajścia było rzucanie kostkami lodu w owych mężczyzn, co z kolei wywołało u nich silną reakcję agresji.

W praktyce takie racjonalne wyjaśnienia nie przekonują osób zaangażowanych w tworzenie i rozpowszechnianie dezinformacji w mediach społecznościowych. Kluczowym elementem było uchwycenie w nagraniu osoby posługującej się językiem ukraińskim. To, w połączeniu z odpowiednio przygotowaną narracją,

⁴⁰ A. Glinianowicz, Serwis Warszawa Nasze Miasto, *Zabójstwo na Nowym Świecie. Znana jest tożsamość dwóch podejrzanych*, 2022, online: www.warszawa.naszemiasto.pl/zabojstwo-na-nowym-swiecie-znana-jest-tozsamosc-dwoch/ar/c1-8826945 [dostęp: 13.10.2024]

pozwoiliło łatwo przekonać część internautów, że sprawcami zdarzenia byli obywatele Ukrainy przebywający w Polsce. Tego typu manipulacja miała na celu zaostrenie napięć między Polakami a Ukraińcami, co mogłoby prowadzić do pogłębiania wzajemnych nieufności i rozłamów. Psychologicznie, tego rodzaju działania bazują na wzmacnianiu lęków i uprzedzeń społecznych, co sprawia, że przekaz dezinformacyjny staje się skuteczniejszy. W efekcie może to podważać gotowość Polaków do wspierania sąsiadów w potrzebie, zmieniając postawę solidarności na nieufność i obawy o bezpieczeństwo własnej społeczności.

Niektóre działania wojenne na terenie Ukrainy były przedstawiane w taki sposób, jakby ukraińska armia celowo działała przeciwko własnym obywatelom, uniemożliwiając im ewakuację z terenów wysokiego ryzyka. Do takich relacji wysyłano prorosyjskich dziennikarzy, którzy na korzyść Federacji Rosyjskiej manipulowali faktami lub prezentowali wypaczoną rzeczywistość. Następnie specjalnie utworzone konta w mediach społecznościowych rozpowszechniały te zmanipulowane informacje. Użytkownicy szybko zidentyfikowali te profile jako fałszywe, dostrzegając ich nienaturalne zdjęcia profilowe oraz niewielką liczbę obserwujących, co podważało ich autentyczność. Niżej zamieszczony post na portalu X przedstawia jeden z rzadkich przypadków dezinformacji. Autor stwierdza, że mieszkańcy Mariupola są rzekomo ostrzeliwani przez stronę ukraińską, gdy próbują opuścić miasto. W poście pojawia się również wzmianka, że mieszkańcy muszą zapłacić określoną kwotę, aby uzyskać dostęp do tzw. „gumowych korytarzy.”



Źródło: X, wpis użytkownika @misiostary, www.x.com/Misiostary [dostęp:14.10.2024]

Fakty, które zaprzeczają tej dezinformacji, są dobrze udokumentowane dzięki licznym nagraniom sporządzonym przez mieszkańców Mariupola. Materiały te pokazują zniszczenia spowodowane przez ataki raketowe i ostrzał artyleryjski prowadzony przez Siły Zbrojne Rosji. Interesującym aspektem w omawianym poście jest użycie terminu "gumowy korytarz". Określenie to było wynikiem błędnego tłumaczenia z języka rosyjskiego, gdzie oryginalne „гуманитарний коридор” (korytarz humanitarny) zostało błędnie przetłumaczone przez Google jako "gumowy korytarz", co wprowadziło zamieszanie w przekazie i pomyłkowo zostało umieszczone w końcowej fazie tworzenia postu. To przykład wyraźnie ukazujący niedociągnięcia w działaniach kont tworzonych na potrzeby kreowania antyukraińskich narracji. Pokazuje również, jak wadliwe tłumaczenie może ułatwić identyfikację potencjalnych oszustów, gdzie błędnie przetłumaczone określenia, takie jak „gumowy korytarz” zamiast „korytarz humanitarny”, stanowią wskazówkę do tego, że treść może pochodzić z nieautentycznego źródła.

гуманитарный коридор

gumanitarnyy koridor

Źródło: Tłumacz Google, fraza tłumaczona na język rosyjski: *korytarz humanitarny*, www.translate.google.pl [dostęp: 14.10.2024]

W 2022 roku działania dezinformacyjne i propagandowe prowadzone przez Federację Rosyjską koncentrowały się głównie na manipulowaniu rzeczywistością, szczególnie poprzez prezentowanie sfalszowanych materiałów, takich jak filmy i zdjęcia, w celu podważania prawdziwych informacji i wywoływania chaosu w dyskusjach na platformach społecznościowych. Wykorzystując rozprzestrzenianie kontrowersyjnych treści, dążyły do wzbudzania napięć między użytkownikami oraz manipulowania ich emocjami i opiniami. W miarę, gdy indywidualni użytkownicy oswajali się z konkretnymi działaniami dezinformacyjnymi, a same metody zaczynały tracić na skuteczności, pojawiły się nowe techniki, które wprowadzały treści o charakterze satyrycznym lub prześmiewczym, celując przede wszystkim w młodszych odbiorców, zwłaszcza na platformach takich jak TikTok czy Instagram. Nowe

strategie opierały się na ośmieszaniu przeciwników i sprawnym wykorzystywaniu popularnych trendów, aby wzmacniać przekazy o antyukraińskim charakterze. Te działania miały na celu destabilizację relacji między społeczeństwami i kształtowanie negatywnego odbioru rzeczywistości, nieustannie wprowadzając dezinformację do przestrzeni publicznej

3.2 Oblicze teraźniejszości

Z całą pewnością stwierdzić można, że aplikacja TikTok to obecnie jedna z najpopularniejszych aplikacji na świecie. Według twórcy, jej nazwa ma przywołać na myśl krótki format filmików, które następnie można edytować przy pomocy szeregu narzędzi. Wśród nich znajdziemy edytor tekstu, zabawne naklejki, szereg filtrów i nakładek AR (ang. rozszerzona rzeczywistość). Nagranie można również wzbogacić o ścieżkę dźwiękową lub jedną z setek tysięcy dostępnych piosenek. Użytkownicy mają również możliwość komentowania filmików i nagrywania reakcji w formie wideo, mogą także organizować i uczestniczyć w transmisjach na żywo.

Popularność na rynku zachodnim TikTok zdobył dzięki nabyciu konkurencyjnej platformy Musical.ly i przyłączeniu jej w sierpniu 2018 roku. W wyniku tej fuzji, ponad 200 milionów użytkowników Musical.ly zostało przejętych przez TikToka, który zintegrował najważniejsze funkcje obu serwisów. Pomysłem Musical.ly była synchronizacja krótkich, pionowych filmików wzbogaconych o efekty rozszerzonej rzeczywistości takie jak filtry, nakładki czy naklejki z utworami muzycznymi⁴¹. Początkowo Musica.ly służyła głównie do udostępniania filmików z podkładem muzycznym, gdzie użytkownicy synchronizowali ruchy ust z piosenkami. Po zmianie nazwy, TikTok stał się platformą do publikowania różnorodnych treści, od krótkich filmów po anegdoty i humorystyczne klipy. Ta różnorodność treści przyciągnęła uwagę młodszych użytkowników, a możliwość szybkiego zdobywania popularności dzięki *viralowym* materiałom przyczyniła się do dalszego rozwoju aplikacji. Według danych portalu Widoczni, aktywność użytkowników na

⁴¹ J. Pakieła, Serwis On Board Think Kong Ecco Network, *TikTok – co to jest, jak działa i jak z niego korzystać?* 2022, online: www.obtk.pl/tiktok-co-jest-jak-dziala-i-jak-z-niego-korzystac [dostęp: 17.10.2024]

TikToku wzrasta o prawie miliard osób rocznie, a najliczniejszą grupę stanowią osoby w wieku od 10 do 19 lat, obejmując aż 24,9% wszystkich aktywnych kont⁴². Ciekawym aspektem jest również nasilenie pobrań aplikacji, gdzie w 2023 roku została ona pobrana 3.5 miliarda razy (wzrost o prawie 80% od 2020 roku), z zauważalnym szczytem w roku 2022⁴³. Uważa się, że diametralny skok pobrań mógł być związany z zainteresowaniem użytkowników dotyczącym obserwacji przebiegu wojny oraz chęcią pozyskania wiedzy o jej bieżącym rozwoju⁴⁴. Zauważywszy na rosnącą popularność aplikacji, Federacja Rosyjska postanowiła wykorzystać TikTok jako narzędzie do szerzenia swojej narracji, w wyniku czego przestrzeń, która miała służyć rozrywce i autentyczności, stała się polem walki informacyjnej, w której fałszywe treści miały wpłynąć na rozumienie konfliktu, przez skupioną tam społeczność.

W marcu bieżącego roku, Ukraińskie Centrum Zwalczania Dezinformacji oraz departament cyber Służby Bezpieczeństwa Ukrainy (SBU) odkryli sieć kont na TikToku, które propagowały materiały zgodne z linią narracyjną Federacji Rosyjskiej. By wzbudzić czujność użytkowników, specjaliści zdecydowali się ujawnić listę kanałów na platformie, które szerzyły propagandę lub dezinformację⁴⁵. Swoje miejsce znalazły tam profile rosyjskich mediów, ale i użytkowników aktywnie biorących udział w operacjach informacyjno-psychologicznych, prowadzonych przez służby Kremla. Na liście znaleźli się m.in. raperzy, dziennikarze, youtuberzy oraz inne osoby o mniejszej renomie, identyfikujące się z ideologią Władimira Putina i wspierające jego działania. Jednym z nich okazał się być blogger Jurij Podoljak, który podawał się za „analityka wojskowego” i przebywając w Rosji, rozpowszechniał propagandowe treści, zdając się na algorytmy aplikacji⁴⁶.

⁴² Portal Widoczni, *TikTok w liczbach*, online: www.widoczni.com/blog/statystyki-tiktok [dostęp: 18.10.2024]

⁴³ Serwis Tridens Technology, *Statystyki użytkowników TikTok*, online: www.tridens technology.com [dostęp: 18.10.2024]

⁴⁴ K. Wójcicka, *Dziennik Gazeta Prawna, Wojna w Ukrainie to era TikToka*, online: www.serwisy.gazetaprawna.pl/media/artykuly/8417753,wojna-w-ukrainie-to-era-tiktoka.html [dostęp: 18.10.2024]

⁴⁵ Centrum Zwalczania Dezinformacji (ukr. ЦЕНТР ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ), *Lista kanałów TikTok szerzących wrogą propagandę - Список TikTok-каналів поширення ворожої пропаганди*, online: www.cpd.gov.ua [dostęp: 18.10.2024]

⁴⁶ Portal CyberDefense 24, *TikTok*, online: www.cyberdefense24.pl/social-media [dostęp: 18.10.2024]



jurapodoljaka Юрий Подолька

Obserwuj

Wiadomość

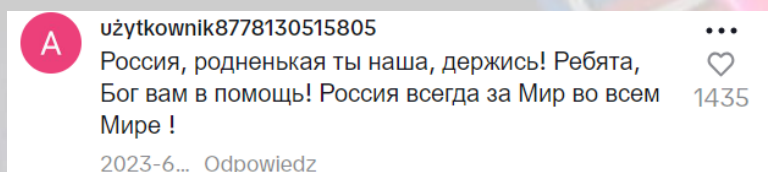


2 Obserwuje 64.9K Obserwujący 623.1K Polubień

Вся сила в правде

Źródło: TikTok, profil użytkownika @jurapodoljaka, online: www.tiktok.com/@jurapodoljaka, tłum. "Wszelka moc tkwi w prawdzie." [dostęp: 18.10.2024]

Po szczegółowej analizie, nadal widniejącego profilu użytkownika, zauważamy, że w jego biogramie widnieje stwierdzenie: „Wszelka moc tkwi w prawdzie”. Sugeruje to, że konto jest poświęcone rzekomo „prawdziwym” informacjom na temat trwającego konfliktu, jednakże w tym miejscu, szczególnie niepokoją dane dotyczące liczby obserwujących i polubień. Z materiałów, do których udało mi się dotrzeć wynika, że jego najpopularniejszy post, dotyczący wydarzeń w Kursku z 2023 roku osiągnął aż 500 tysięcy wyświetleń, 25 tysięcy polubień i 1000 komentarzy. Grono odbiorców, składające się głównie z obywateli Rosji, aktywnie wspiera jego działania, umieszczając komentarze mające na celu podniesienie morali rosyjskich żołnierzy oraz całego narodu. W jednym z nich czytamy: “Droga Rosjo, jesteś nasza, trzymaj się! Chłopaki, niech Bóg wam pomoże! Rosja zawsze opowiada się za pokojem na świecie!”



Źródło: TikTok, komentarz użytkownika @user8778130515805, tłum. *Droga Rosjo, jesteś nasza, trzymaj się! Chłopaki, niech Bóg wam pomoże! Rosja zawsze opowiada się za pokojem na świecie!* online: www.tiktok.com/@jurapodoljaka/video/7242203656978697498 [dostęp: 18.10.2024]

Po zapoznaniu się z komentarzami, udało mi się z grubsza scharakteryzować ich autorów. Mianowicie większość użytkowników, którzy zamieścili komentarz pod postem, negatywnie przedstawiającym działania wojsk Ukrainy w Kursku, nie posiada pełnych nazw, zdjęć profilowych ani zamieszczonych treści. Sugeruje to, że mogły one zostać stworzone wyłącznie w celu wspierania, promowania i zwiększania zasięgów filmów, zgodnych z narracją Moskwy. Wiemy, że w tym konkretnym celu prorosyjskie media, używają narzędzi określanych mianem „botów”, będących

zautomatyzowanymi kontami naśladującymi interakcje prawdziwych użytkowników, służących do forsowania określonych poglądów oraz wprowadzania w błąd⁴⁷. Zidentyfikowanie tych automatycznych agentów cyfrowych nie nastęrcza poważnych problemów, gdy indywidualni użytkownicy zwracają uwagę na schematyczność ich wyglądu. Aby odróżnić, czy dana treść pochodzi od rzeczywistego użytkownika, czy robota internetowego, można kierować się kilkoma kluczowymi wskazówkami. Po pierwsze, jeśli konto zostało utworzone niedawno, a jednocześnie zawiera nienaturalnie dużą liczbę postów, powinniśmy postrzegać je jako mało autentyczne. Po drugie, jeśli publikowanie na nim treści, są dodawane o nieregularnych porach, na przykład w środku nocy. Ponadto brak uzupełnionych lub niespójnych informacji o posiadaczu konta jest kolejnym wskaźnikiem, który powinien wzbudzić naszą czujność⁴⁸.

Wspominając o internetowych botach, zarządzanych przez Federację Rosyjską, warto również wspomnieć o tym samym zjawisku, natomiast mającym miejsce na innej platformie – Facebook 'u. Z zebranych materiałów wynika, że manipulacja informacją oraz propaganda mają wyraźne odzwierciedlenie w kilku niedawno opublikowanych postach. Tematyka tych treści koncentruje się głównie na ekonomii Polski oraz wpływie działalności ukraińskiej społeczności w sektorze rolniczym naszego kraju. Można w nich dostrzec podobne – do wcześniej omawianych – mechanizmy, jako że wiele z nich pochodzi z profili użytkowników bez zdjęć i innych treści, a także zawiera niepoprawnie sformułowane przekazy, co nastąpiło ze względu na ich wadliwe tłumaczenie. Przykładem zorganizowanych działań botów, mogą być identyczne grafiki, które są publikowane pod różnymi nazwami na Facebooku.

⁴⁷ Portal Facebook, Akademia Fact-Checkingu, *Kto jeszcze zabiera głos w internetowych dyskusjach?*, online: www.facebook.com/akademiafactcheckingu [dostęp: 18.20.2024]

⁴⁸ Serwis Polityka Bezpieczeństwa, *Jak rozpoznać bota?*, online: www.politykabezpieczenstwa.pl/pl/a/jak-rozpoznać-bota [dostęp: 18.10.2024]



Źródło: Portal X, wpis użytkownika @donald_PL_, online: www.x.com/donald_PL_ [dostęp:18.10.2024]

Używanie wizualnych przekazów w mediach społecznościowych wiąże się z przyciąganiem uwagi odbiorców, jako że są oni bardziej skłonni zatrzymać się i przyjrzeć się treści, które zawierają ciekawe i estetyczne grafiki. Algorytmy niektórych aplikacji, są szczególnie nakierowane na promowanie treści obrazkowych, co z kolei przyczynia się do poprawy widoczności danych postów i dodarcia do znacznie większej grupy odbiorców. Natomiast z psychologicznego punktu widzenia, w zależności od tematu i stylu, za pomocą udostępnionego obrazka można również wywołać wszelakie emocje, co zazwyczaj skutkuje większym zaangażowaniem i interakcją z postem⁴⁹.

Grafiki przedstawione w powyżej, są doskonałym przykładem przyciągania uwagi osób przeglądających posty na swoich głównych tablicach. Na pierwszy rzut oka ich stylistyka może przywołać na myśl twórczość satyryczną Mirosława Stankiewicza czy Andrzeja Milewskiego, którzy często za ich pomocą, przedstawiają humorystyczne i krytyczne komentarze rzeczywistości. Ze względu na rozpoznawalność i popularność autorów w mediach społecznościowych, użytkownicy mogą błędnie utożsamić te grafiki z ich twórczością, co zwiększa wiarygodność zamieszczonych nad nimi treści. W kontekście dezinformacji, jest to skuteczna strategia manipulacyjna, bazująca na szybkim i powierzchownym odbiorze treści przez użytkowników. Efekt tzw. „pierwszych sekund” sprawia, że przeglądający skupiają się przede wszystkim na

⁴⁹ Serwis Nueko, *Grafiki w mediach społecznościowych*, online: www.nueko.com [dostęp: 19.10.2024]

wizualnym aspekcie, wiążąc go z autorytetem twórcy, co wpływa na błędną ocenę rzetelności przekazu⁵⁰.

W kontekście TikToka, warto zwrócić uwagę na mechanizm napędzający jego popularność, czyli trendy⁵¹. W 2023 roku szczególne zainteresowanie użytkowników wzbudził dźwięk wygenerowany przy użyciu sztucznej inteligencji, który miał rzekomo pochodzić z rozmowy między prezydentem Ukrainy a Joe Bidenem, prezydentem USA. Nagranie zawierało kontrowersyjne i nieprawdziwe treści, sugerujące brutalne zamiary, które po przetłumaczeniu brzmiało: „Cześć Biden, tu Zełenski. Potrzebujemy pięciu miliardów rakiet, żeby zbombardować dzieci w Doniecku. Chwała Ukrainie!⁵²” Dźwięk ten stał się szybko popularny, ponieważ zainspirował aż 200 filmów, a użytkownicy zaczęli wykorzystywać go w różnych kontekstach humorystycznych, co dodatkowo zwiększyło jego zasięg. Przykładem może być użycie go w oparciu o postrzeganie słowiańskiego akcentu przez osoby innej narodowości. Pod takimi filmami w opisie często znajdziemy komentarz: „Co słyszy mój nie pochodzący z Polski przyjaciel, kiedy dzwonię do mamy”⁵³.

Filmy z powszechnie używanymi dźwiękami mają kilkukrotnie zwiększoną szansę na trafienie do karty „Dla Ciebie”, czyli głównej strony aplikacji. Tu pamiętać należy o algorytmie TikToka, który po przez polubienie, skomentowanie bądź udostępnienie, kolejno przedstawia podobne treści, na podstawie wcześniejszych postów z którymi wchodzimy w interakcję. W ujęciu rozprzestrzeniania się dezinformacji ważne są również hasztagi, dzięki którym po przez wybranie danego hasła oraz jego wyszukanie użytkownicy znacznie szybciej docierają do innych filmów, w których zostały użyte dokładnie te same oznaczenia. W taki sposób, znacznie łatwiejsze stało się docieranie do pierwotnych filmów używających danego dźwięku oraz ich autorów.

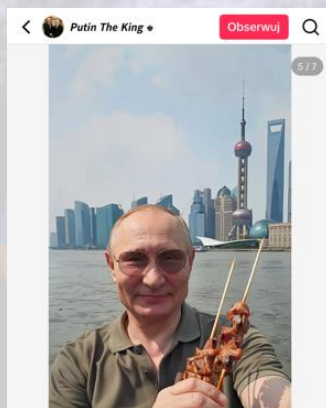
⁵⁰ C. Wardle, H. Derakhshan, *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking 2017, Conceptual Framework*, s 39

⁵¹ Serwis Kompan.pl, *Definicja pojęcia - Trend na TikToku*, online: www.kompan.pl/co-to-jest/trend-na-tiktoku/ [dostęp: 09.11.2024]

⁵² TikTok, dźwięk użytkownika @koloniarz, online: www.tiktok.com/music/d%C5%BAwi%C4%99k-oryginalny-7152617006029556485 [dostęp: 21.10.2024]

⁵³ TikTok, film użytkownika @user213769127, online: www.tiktok.com/@user213769127/video/7406229413928389921 [dostęp: 21.10.2024]

Kolejnym przykładem wykorzystania AI do tworzenia zmanipulowanych treści wizualnych, jest generowanie obrazów przedstawiających kluczowe postacie polityczne. Jeden z użytkowników, otwarcie wspierający prorosyjską narrację stworzył serię obrazów, które ukazują prezydenta Rosji w bardzo nietypowych dla głowy państwa okolicznościach. Przedstawiono na nich Putina, w różnych lokalizacjach na świecie, trzymającego różne przedmioty, z wyraźnym, szerokim uśmiechem skierowanym w stronę kamery. Po dokładniejszej analizie można zauważyć, że wieża widoczna za postacią wyjątkowo przypomina wieżę telewizyjną znajdującą się w Berlinie, co stanowi próbę symbolicznego przedstawienia rzekomego, aktywnego zaangażowania Putina na arenie międzynarodowej.



Źródło: TikTok, film użytkownika @v.i.vladimir, online: www.tiktok.com/@v.i.vladimir

Niewątpliwie stwierdzić można, że przedstawienie prezydenta odpowiedzialnego za działania skutkujące śmiercią niewinnych cywilów stanowi próbę odwrócenia uwagi obserwatora od jego czynów oraz ma na celu ocieplenie jego wizerunku poprzez ukazanie go w codziennych, relaksacyjnych sytuacjach. Tego typu zabieg jest formą manipulacji emocjonalnej, gdzie odbiorca, dostrzegając ludzkie aspekty politycznego aktora na obrazie, tworzy z nim emocjonalne połączenie. Jak tłumaczy Jens E. Kjeldsen, szczególną mocą obrazów jest ich zdolność do pokazywania wydarzeń przed nami, jakbyśmy sami ich doświadczyli, potwierdzając to, co już myślimy, że czujemy, w co wierzymy i co wiemy. To zjawisko można zatem nazwać potwierdzaniem istniejących już przekonań. Przykładowo, zdjęcie z aktorem uśmiechającym się w towarzystwie dzieci czy zwierząt może sprawić, że podświadomie odbierzemy tę osobę jako życzliwą i troskliwą, nawet jeśli nie mamy wiedzy o jej prawdziwych intencjach

czy działaniach. Obrazy w dużej mierze oddziałują na nasze emocje, angażując nie tylko nasze myśli, ale także instynktowne odczucia – sprawiają, że to, co widzimy, wydaje się bardziej rzeczywiste i prawdziwe⁵⁴.

Treści prezentowane w żartobliwy sposób stały się charakterystycznym elementem TikToka, gdzie każdy film o podobnej charakterystyce, szybko może zyskać popularność, korzystając z panujących trendów. W kontekście aktualnych wydarzeń, często przyciągają one dużą uwagę i choć wielu użytkowników potrafi dostrzec ich satyryczny charakter, nie można zapominać, że nie wszyscy z nich posiadają odpowiednie umiejętności do krytycznej analizy i zdystansowanego podejścia. Błędna interpretacja satyrycznych treści może prowadzić do traktowania ich jako prawdziwych informacji, co skutkuje zwiększonym ryzykiem rozprzestrzeniania dezinformacji, zwłaszcza w kontekście kluczowych wydarzeń o zasięgu globalnym. Platforma TikTok, dostrzegając obecność manipulacji informacyjnej na swojej platformie oraz potencjalne konsekwencje wynikające z jej połączenia ze sztuczną inteligencją, wprowadziła dodatkowy pasek, który potwierdza użytkownikom, że dana treść została stworzona przy użyciu AI. Umieszczony w lewym dolnym rogu z transparentną nakładką, pasek ten pozostaje niemal niewidoczny na tle odtwarzanego wideo. Racjonalnym działaniem w celu ostrzeżenia odbiorcy przed potencjalną dezinformacją utworzoną przy pomocy sztucznej inteligencji, powinny być przerywniki, które pojawiając się na całej stronie i trwając przez kilka sekund ograniczają uwagę i skupiają wyłącznie na podjęciu decyzji. Decyzja ta opierałaby się głównie na możliwości wyboru, czy chcemy, aby tego rodzaju materiały trafiały do naszej sekcji „Dla Ciebie” i umożliwiały nam samodzielną ocenę ich wiarygodności, czy też całkowicie rezygnujemy z wyświetlania takich treści. Podobny mechanizm znamy z Instagrama, gdzie przed wyświetleniem zdjęcia lub filmu uznawanego za brutalny bądź drastyczny, algorytm wyświetla ostrzeżenie i umożliwia użytkownikowi dokonanie wyboru, czy chce aby został on mu pokazany.

⁵⁴ Jens E. Kjeldsen, *Wideo Czasopismo Edukacji i Pedagogiki, Projektowanie wizualne w edukacji i dla edukacji, Retoryka wizualna i siła obrazów: krótka lekcja na temat retorycznej siły obrazów i potrzeby fronesis i krisis w nauczaniu retoryki wizualnej*, 2021

Wprowadzenie takiego rozwiązania również w przypadku treści dezinformacyjnych oraz manipulacyjnych na platformach społecznościowych, stanowi istotny krok w stronę ochrony użytkowników przed niepożądanymi materiałami oraz zwiększania ich kontroli nad konsumowaną treścią. Pozwala to na ograniczenie ekspozycji na potencjalnie szkodliwe treści, dając im jednocześnie poczucie, że sami zarządzają własnymi preferencjami i bezpieczeństwem w sieci. Podążając za i doskonaląc przykład TikToka, inne popularne, czy też nowo powstałe platformy, powinny zainicjować podobne rozwiązania, takie jak np. mechanizmy ostrzegawcze, które informowałyby użytkowników o potencjalnie zmanipulowanym charakterze treści. Wdrożenie takich narzędzi mogłoby znacząco wpłynąć na zwiększenie świadomości i odpowiedzialności użytkowników w odbiorze oraz interpretacji treści generowanych przez AI. Jednak problem nadal stanowią mogą twórcy, którzy wykorzystują takie techniki w celu promocji swojej osoby i zwiększenia zasięgów treści, które publikują. Same aplikacje również czerpią korzyści z tych działań, ponieważ popularyzowanie materiałów zwiększa aktywność użytkowników i rozpoznawalność platformy, co sprzyja jej dalszemu rozwojowi. Zatem czego na pewno możemy spodziewać się w przyszłości?

3.3 Perspektywa jutra

Jak łatwo jest zatem zatrzymać przybierającego na sile, alegorycznego, czarnego, ptaka wykreowanego na potrzeby wzmacniania motywacji Rosji, podczas trwającego za naszą wschodnią granicą konfliktu zbrojnego? Niestety w tej sytuacji pojawia się więcej komplikacji niż oczekiwanych rozwiązań. Główny problem polega na tym, że działania dezinformacyjne, nawet po licznych niepowodzeniach, są kontynuowane z uporem. Stefan Żeromski słusznie zasugerował aforyzmem: „Kto chce, szuka sposobu...”. Rosja, pomimo niepowodzeń w zakresie manipulacji w mediach społecznościowych, nadal konsekwentnie dąży do rozprzestrzeniania swojej narracji, co sprawia, że przeciwdziałanie temu procesowi jest szczególnie wymagające. Wraz z upływem czasu, rozwijane są coraz bardziej zaawansowane techniki szerzenia fałszywych informacji, które w efekcie wpływają na sposób postrzegania konfliktów przez

odbiorców – szczególnie młodych – na arenie międzynarodowej. W omówionych powyżej przykładach przedstawiłam i przeanalizowałam szereg przypadków dezinformacji na platformach społecznościowych oraz ewolucję tych działań w zaledwie kilkuletnim okresie. W tym miejscu nasuwa się wniosek, wskazujący, że zasięg oraz różnorodność przedsięwzięć dezinformacyjnych i propagandowych będą stale rozszerzane, stosując coraz bardziej wyrafinowane metody, które skutecznie wzbudzą zaufanie użytkowników.

Z punktu widzenia wojny informacyjnej, błędem jest zakładanie, że świadomość o manipulacyjnych działaniach sprawia, iż jesteśmy w jakimś sensie odporni na ich wpływ. Pragnę zaznaczyć, że nawet przy wiedzy o istniejących technikach manipulacji, wciąż istnieje ryzyko, że nowe strategie mogą nas zaskoczyć. Przeciwdziałanie czarnym łabędziom dezinformacji, wymaga stałej czujności i otwartości na pojawiające się, innowacyjne formy przekazu. Dla przykładu można wspomnieć, że jeszcze kilkanaście lat temu sztuczna inteligencja była kojarzona głównie z futurystycznymi wizjami, jak walki robotów z hollywoodzkich produkcji. Dziś jednak, stała się nieodłącznym elementem naszego codziennego życia. Wykorzystujemy różnorodne narzędzia, takie jak ChatGPT, czy DeepBrain AI, które w ciągu kilku sekund mogą pomóc nam zorganizować plan dnia, zaplanować wycieczkę, czy doradzić w ciężkim wyborze. Naturalnie wspiera się nimi również Kreml. Wiemy już o kilkunastu przypadkach prorosyjskich botów tworzących grafiki promujące antyukraińskie zachowania, wiemy także o modyfikatorach głosów polityków i związanymi z nimi nagraniami, natomiast nadal nie wiemy przed czym postawi nas jutro.

Przyszłościowe, praktyczne oraz zautomatyzowane technologie mające zastosowanie zarówno do tworzenia, jak i wykrywania treści dezinformacyjnych będą opierały się głównie o algorytmy sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego. Spośród nich szczególne znaczenie w przedmiotowym zakresie będą miały techniki tzw. Generatywnych Sieni Współzawodniczących (GANs) i Duże Modele Językowe (LLMs). W przypadku dezinformacji, możliwe zastosowania GANs obejmują tworzenie fałszywych treści tekstowych (a także grafiki, filmów i dźwięku), gdzie generator próbek może nauczyć się tworzyć fałszywe treści, które wyglądają i brzmią jak prawdziwe, a dyskryminator – odpowiadający za przetwarzanie – może zwyczajnie nie być w stanie ich wykryć.

LLM-sy również mogą stanowić zagrożenie, gdyż ze względu na swoją zdolność do wytwarzania naturalnie brzmiących tekstów, mogą być one wykorzystywane do bardzo wiarygodnie brzmiących, jednak fałszywych informacji, których celem będzie skuteczne wprowadzanie odbiorców w błąd. Jednakże, tak jak zostało to wspomniane wyżej, są one także uważane za potencjalnego wykrywacza dezinformacji, gdzie ucząc się rozpoznawać nieprawdziwe treści, które zostały wygenerowane za pomocą innych GANs, możliwa jest identyfikacja, a następnie usuwanie, flagowanie czy też demaskowanie fałszywych informacji.

Biorąc pod uwagę rosnące przyzwyczajenie społeczeństw do wygody i łatwości, jakie zapewniają zautomatyzowane innowacje internetowe, można przewidzieć również ich intensywniejsze wykorzystywanie w najbliższej przyszłości. Jak podaje serwis About Amazon Poland, adopcja sztucznej inteligencji w Polsce wzrosła o 36% w ciągu ostatniego roku⁵⁵. Globalna adaptacja wzrosła natomiast o 50% w porównaniu z rokiem poprzednim⁵⁶. Obecne nasilenie wynika zarówno z potrzeby optymalizacji codziennych czynności przez AI, jak i z jej szerokiej dostępności. W miarę wkraczania automatyzacji w coraz więcej obszarów życia, od komunikacji po zarządzanie informacjami, społeczeństwo staje się podatniejsze na integrację z nowymi technologiami, co z kolei napędza rozwój sektora i wymusza dostosowanie infrastruktury do zwiększonego popytu na te usługi. Dążenie do rozwoju cyberprzestrzeni z wykorzystaniem algorytmów wspieranych przez sztuczną inteligencję, może zostać wykorzystane do celów przestępczych i militarnych, co z kolei stanowi ogromne wyzwanie dla organów ścigania oraz służb specjalnych. W tym przypadku, z pewnością możemy oczekiwać zwiększonych działań w sferze bezpieczeństwa informacyjnego przez odpowiednie służby nie tylko w Polsce, ale także w obszarze międzynarodowym, jako że wymiar tych działań oraz technologie do niego użyte mogą wpływać na ataki w porządek konstytucyjny oraz suwerenność wybranych państw⁵⁷. Bezprecedensowa jakość narzędzi połączona z ich niskim kosztem, szeroką dostępnością i łatwością

⁵⁵ Serwis About Amazon Poland, *Sztuczna Inteligencja*, online: www.aboutamazon.pl/wiadomosci/sztuczna-inteligencja/adopcja-sztucznej-inteligencji-w-polsce-wzroslo-o-36-w-ciagu-ostatniego-roku [dostęp: 06.11.2024]

⁵⁶ AI Index, *Measuring trends in AI*, online: www.aiindex.stanford.edu/report/ [dostęp: 06.11.2024]

⁵⁷ A. Piekarska, *Operacje wpływu w cyberprzestrzeni – Analiza zjawiska*, Uniwersytet Warszawski, s 2

użytkowania obniży „próg wejścia” na przestępczy rynek, a dodatkowo przestępstwa związane z technologiami sztucznej inteligencji mogą być szerzone poprzez udostępnianie, powtarzanie lub sprzedawanie. Należy również uwzględnić rosnące możliwości komercjalizacji technik przestępczych wykorzystujących Sztuczną Inteligencję i Uczenie Maszynowe. Ich nadużycia mieszają się w kategorii zagrożeń określających przestępstwo jako usługę, gdzie kompetentni przestępcy mogą projektować, oferować i sprzedawać narzędzia informatyczne innym przestępcom, cechującym się ograniczonymi umiejętnościami technicznymi, co znacznie przyczyni się do szerzenia dezinformacji. Dodatkowo, zorganizowane grupy przestępcze, organizacje ekstremistyczne i terrorystyczne lub wrogie państwa, zamiast zatrudniać ludzi do projektowania, pisania i propagowania treści dezinformacyjnych, sami mogą wykorzystać technologie podobne do ChatGPT do tworzenia realistycznych, przekonujących i zróżnicowanych fałszywych i szkodliwych informacji na ogromną skalę i z wielką skutecznością⁵⁸.

Skala działań jest niezwykle szeroka, a nowe techniki oraz ich mechanizmy mogą być jedynie przedmiotem spekulacji. Chociaż nie jesteśmy w stanie przewidywać przyszłości w sposób absolutnie pewny, możliwe jest przeprowadzanie obserwacji, które pozwalają wyciągać wnioski, mogące okazać się pomocne w dalszym analizowaniu i przewidywaniu trendów. Przyszłość technologii i algorytmów rozgrywa się na naszych oczach, a ich wpływ na życie będzie rosł wraz z rozwojem metod sztucznej inteligencji i technik algorytmicznych. Systemy te będą stopniowo dostosowywały się nie tylko do naszych preferencji, ale również do naszego stylu życia, zbierając informacje o codziennych nawykach, stanie finansowym lub sieciach społecznych, w których się poruszamy. W miarę rozwoju owych algorytmów, można będzie spotkać się z ich wykorzystaniem w procesach dezinformacji, które tworząc precyzyjnie dostosowane treści, za cel będą postrzegały wpłynięcie na postawy i przekonania użytkowników, w tym polityczne.

Choć obecne działania Federacji Rosyjskiej w sferze mediów społecznościowych mogą wydawać się nieistotne, w dłuższej perspektywie

⁵⁸ K. Gradoń, Politechnika Warszawska, Analiza kryminalna w przyszłości. Materiały pokonferencyjne, *Dezinformacja a techniki Sztucznej Inteligencji – miecz obosieczny?* 2024, s 31 - 33

czasowej mogą prowadzić do poważnych konsekwencji, takich jak pogłębianie podziałów społecznych czy destabilizacja struktur państwowych. Istotnym krokiem w przeciwdziałaniu takim zagrożeniom będzie nie tylko podnoszenie świadomości, ale i budowanie odpowiednich mechanizmów obrony przed manipulacjami informacyjnymi. Nie możemy całkowicie polegać na twórcach poszczególnych aplikacji, oczekując, że w pełni wyeliminują oni dezinformację. Chociaż mogą, a nawet powinni podjąć kroki mające na celu jej zminimalizowanie, całkowite jej usunięcie pozostaje trudnym, jeśli nie niemożliwym, zadaniem. Dezinformacja jest dynamicznym zjawiskiem, które ewoluuje w miarę rozwoju technologii, co sprawia, że używane algorytmy i systemy muszą być nieustannie dostosowywane. Niemniej jednak, aby skutecznie walczyć z tym problemem, nie wystarczy polegać wyłącznie na działaniach firm technologicznych. Wymaga to współpracy na wielu poziomach – od rządów i organizacji pozarządowych, po samego użytkownika, który musi być odpowiedzialny za krytyczne podejście do informacji. Edukacja na temat dezinformacji za pomocą licznych kampanii jest kluczowym narzędziem w budowaniu świadomości wśród użytkowników platform społecznościowych, zarówno tych nowo wchodzących w świat mediów społecznościowych, jak i tych już aktywnie korzystających. Pozwoli ona na zdobycie niezbędnej wiedzy oraz uformowanie odpowiedniego podejścia do odbieranych informacji. Istotnym wsparciem w tych działaniach powinni być również influencerzy, czyli osoby aktywne i popularne w sieci, które często mają znaczący wpływ na kształtowanie postaw młodszych pokoleń. Ich zaangażowanie w promowanie krytycznego myślenia wobec treści online może stanowić istotny element w walce z dezinformacją, a także w edukowaniu na temat bezpiecznego korzystania z mediów społecznościowych⁵⁹.

Warto również zauważyć, że ze względu na ciągłe obcowanie z dezinformacją oraz jej późniejsze wyjaśnianie, użytkownicy mogą odczuwać tzw. przeciążenie informacyjne⁶⁰. Lawinowy wzrost treści oraz przewlekłe

⁵⁹ M. A. Turowski, Ł. Bober, Promocja, edukacja zdrowotna oraz profilaktyka w naukach medycznych, *Influencerzy jako autorytet w percepcji młodzieży szkolnej*, Uniwersytet Medyczny w Białymstoku, tom 10, s. 150

⁶⁰ S. Kaczmarek, serwis IT Filolog, *Syndrom zmęczenia informacją. Wpływ nowych technologii na efektywność pracowników*, 2017, online: www.it-filolog.pl/syndrom-zmeczenia-informacja-wplyw-nowych-technologii-na-efektywnosc-pracownikow/ [dostęp:06.11.2024]

obcowanie z nimi, często prowadzi do poczucia przytłoczenia i zniechęcenia, a w skrajnych przypadkach także do problemów zdrowotnych, takich jak zaburzenia psychiczne. Jako że każdy człowiek ma inną pojemność umysłu oraz inny poziom zdolności poznawczych, które pozwalają na przetworzenie przyjętych wiadomości, jeżeli napływ informacji jest większy niż zdolności percepcyjne mózgu, dochodzi do wytworzenia reakcji stresowej⁶¹. Badania dotyczące wpływu mediów społecznościowych na młodych ludzi zostały przeprowadzone wielokrotnie, a ich wyniki są znaczące. Dowodzą one, że choć platformy te oferują rozrywkę i sprzyjają rozwojowi osobistemu, mają także negatywny wpływ na zdrowie psychiczne użytkowników⁶².

Jako obecne pokolenie nie możemy dopuścić do tego, aby zjawisko dezinformacji i jej negatywnych skutków dla zdrowia psychicznego młodych ludzi stało się jeszcze bardziej powszechne i trudne do kontrolowania. Należy podjąć zdecydowane kroki, aby edukować kolejne generacje w zakresie odpowiedzialnego korzystania z mediów społecznościowych, promując krytyczne myślenie i rozwijając umiejętności rozpoznawania fałszywych informacji. Stąd tak ważne jest, aby władze, organizacje pozarządowe oraz same platformy internetowe podejmowały odpowiednie działania w celu minimalizowania szkodliwego wpływu technologii na zdrowie psychiczne użytkowników. W przeciwnym razie, skutki nieodpowiedzialnego korzystania z mediów mogą być nieodwracalne, prowadząc do pogłębiających się problemów zdrowotnych i społecznych, które dotkną młodsze pokolenia.

4. OD INFORMOWANIA DO KSZTAŁTOWANIA

4.1 Badanie

Aby rozwiązać wszelkie wątpliwości oraz dokładnie zidentyfikować problem dotyczący wpływu rosyjskiej dezinformacji i propagandy na młode pokolenie,

⁶¹ W. M. Czerny, Przegląd Pedagogiczny, *Przeciążenie informacyjne wyzwaniem dla edukacji doby cyfrowej*, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, 2020, s 4

⁶² Blog Amnesty International, *„Jesteśmy całkowicie pozbawieni osłony” – badania wpływu mediów społecznościowych na młodych ludzi*, online: www.amnesty.org.pl/badania-wplywu-mediow-spolesnosciowych-na-mlodych-ludzi/ [dostęp:06.11.2024]

przeprowadziłam we własnym środowisku znajomych badania, których wynik miał przedstawić w jakim stopniu fake newsy wpływają na postrzeganie konfliktu rosyjsko-ukraińskiego oraz czy treści udostępniane w mediach społecznościowych są poddawane weryfikacji przez ich użytkowników. Grupa, do której skierowałam badanie liczyła 20 osób w przedziale wiekowym 15-20 lat. Po otrzymaniu wyników, analizowałam, jak dezinformacja oddziałuje na kształtowanie opinii wśród młodych i jakie mechanizmy krytycznego myślenia są przez nich stosowane.

Na początku, wszyscy uczestnicy ankiety badawczej, sporządzonej za pomocą aplikacji Microsoft Forms, zostali poproszeni o dokładne określenie swojego wieku i zapoznanie się z niżej umieszczonym załącznikiem oraz tłumaczeniem.

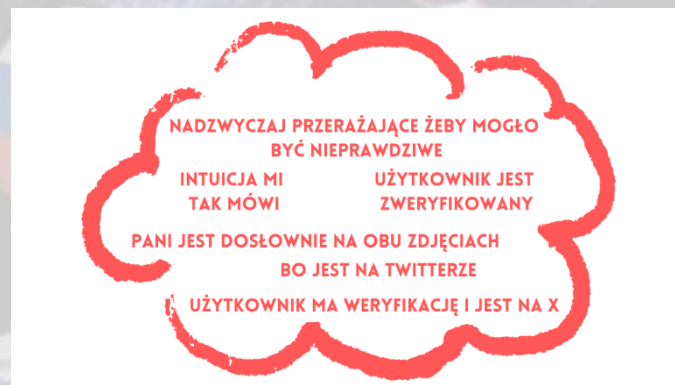
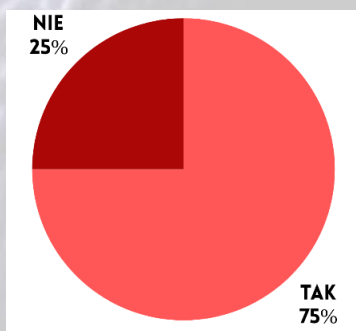


Tłumaczenie: Jak zrobić podróbkę. Zachodnie MSM-y (Mainsteram media) krążyły wokół tego zdjęcia „rannej” kobiety z podejrzenie nienaturalnym makijażem krwi, o kolorze owoca granatu. Teraz okazuje się, że jest ona członkiem personelu niesławnego 72. Centrum Wojny Informacyjnej i Operacji Psychologicznych. Produkują kłamstwa. Nie daj się nabrać!

Źródło: R. Mackey, Serwis The Intercept_, *How the war in Ukraine is being covered (up) on Russian TV*, online: www.theintercept.com/2022/03/02/russian-tv-ukraine-war-conspiracy/ [dostęp: 27.10.2024]

Po przestudiowaniu zdjęcia, uczestnicy badania odpowiadali kolejno na 12 pytań dotyczących przedstawionej sytuacji, swoich odczuć z nią związanych oraz interpretacji emocji w kontekście ogólnego postrzegania konfliktu. Pytania miały

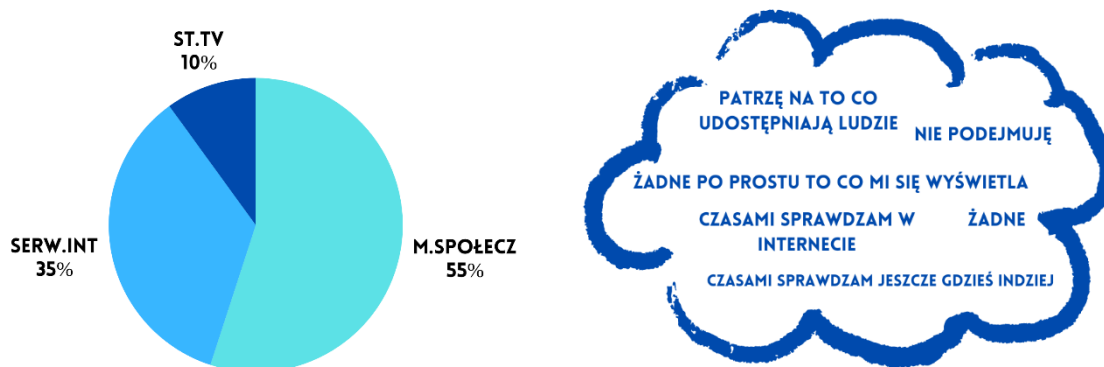
Następne dwa pytania, również były ze sobą ściśle powiązane. W pierwszej części uczestnicy zostali zapytani, czy uważają informację przedstawioną w załączniku za wiarygodną. Aż 75% respondentów uznało przedstawione treści za wiarygodne, podczas gdy jedynie 25% słusznie podeszło do informacji z założeniem, że może ona nie stanowić w pełni rzetelnego źródła wiedzy. Druga natomiast miała ocenić metody weryfikacji, jakie stosuje młode pokolenie oraz co wpływa na kształtowanie ich zaufania do danego źródła. Tu odpowiedzi uczestników były mocno zróżnicowane. Osoby, które zadeklarowały świadomość potencjalnej dezinformacji ze strony Federacji Rosyjskiej, argumentowały swoje stanowisko, wskazując na brak potwierdzenia informacji, możliwość manipulacji oraz niedowierzanie wobec pojedynczych źródeł. W przeciwieństwie do nich, druga grupa wykazała nad wyraz szczególne zaufanie do mediów społecznościowych.



Rys 3 i 4: Odpowiedzi ankietowanych na pytania: *Czy myślisz, że przedstawiona informacja jest rzetelna?* oraz *Krótko uzasadnij swój wybór.* Źródło: Opracowanie własne

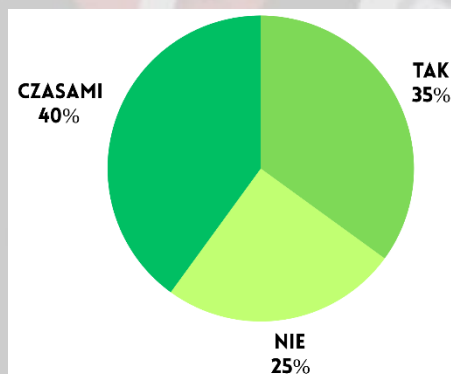
Kolejne pytania w ankiecie, odnosiły się do wytypowania źródeł informacyjnych z jakich, w kontekście konfliktu rosyjsko-ukraińskiego, badani korzystają najczęściej oraz jakie dokładne działania są przez nich wykonywane w celu ich weryfikacji. Liczba 55% osób potwierdziła, że media społecznościowe stanowią ich główne źródło informacji, serwisów internetowych używa już tylko liczba 35%, natomiast telewizyjnych stacji informacyjnych jedynie 10%. Opinie dotyczące weryfikacji treści również były zróżnicowane. Jedna grupa badanych deklarowała, że w celu potwierdzenia wiarygodności informacji korzysta z wielu

źródeł, natomiast druga grupa najczęściej wskazywała odpowiedzi takie jak „Żadne” lub „Ufam temu, co wyświetla mi się w mediach społecznościowych”.



Rys 5 i 6: Odpowiedzi ankietowanych na pytania: *Z jakich źródeł informacyjnych w kontekście konfliktu rosyjsko ukraińskiego korzystasz najczęściej?* oraz *Jakie działania podejmujesz w celu weryfikacji tych informacji?* Źródło: Opracowanie własne

Kolejne pytanie miało zobrazować, czy młodzi ludzie regularnie śledzą przebieg konfliktu rosyjsko-ukraińskiego. Odpowiedzi respondentów rozłożyły się następująco: 35% deklarowało, że aktywnie śledzi wydarzenia, 25% stwierdziło, że nie robi tego wcale, natomiast 40% odpowiedziało, że robi to sporadycznie.

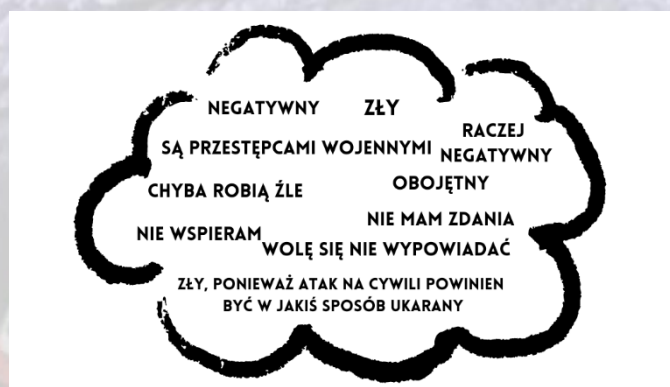


Rys 7: Odpowiedź ankietowanych na pytanie: *Czy śledzisz/śledziłeś przebieg konfliktu rosyjsko-ukraińskiego?* Źródło: Opracowanie własne

W pytaniach nr. 8 i 9 uczestnicy zostali poproszeni o wyrażenie swojej opinii i stanowiska wobec działań zbrojnych prowadzonych przez Federację Rosyjską oraz Ukrainę. Odpowiedzi w dużej mierze wskazywały na obojętność lub opowiedzenie się po jednej ze stron konfliktu. Zdecydowana większość respondentów wyraziła jednak swoje poparcie dla Ukrainy, wskazując na solidarność z jej sytuacją.



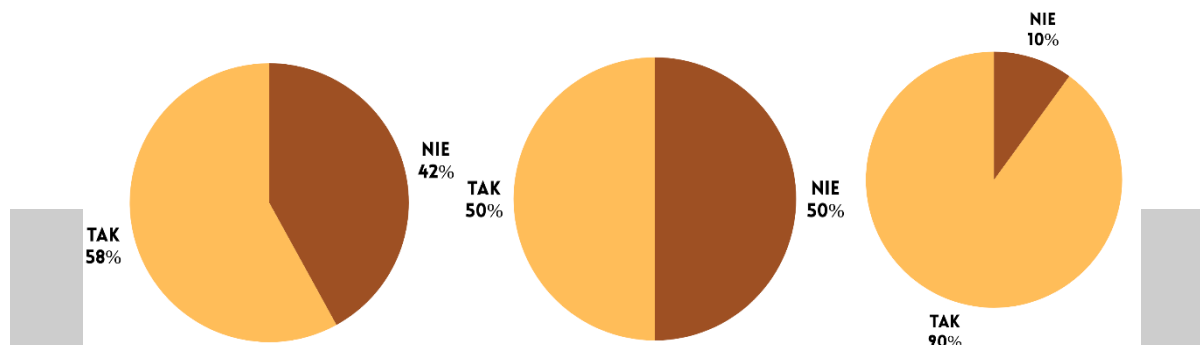
Rys 8: Odpowiedź ankietowanych na pytanie: *Jaki jest twój stosunek do działań wojennych Ukrainy?* Źródło: Opracowanie własne



Rys 9: Odpowiedź ankietowanych na pytanie: *Jaki jest twój stosunek do działań wojennych Federacji Rosyjskiej?* Źródło: Opracowanie własne

Ostatnia część, skupiała się wyłącznie na świadomości uczestników dotyczącej fake newsów, ich wcześniejszych doświadczeń z tym zjawiskiem oraz na osobistych opiniach na temat działań propagandowych i dezinformacyjnych prowadzonych przez Rosję. Na pytanie: „Czy jesteś świadomy działań dezinformacyjnych i propagandowych Federacji Rosyjskiej?”, 58% respondentów odpowiedziało twierdząco, podczas gdy 42% wciąż nie było świadomych tego zagrożenia. W odpowiedzi na kolejne: „Czy spotkałeś się już kiedyś z aktem dezinformacyjnym Federacji Rosyjskiej w mediach społecznościowych?”, odpowiedzi rozłożyły się po równo między odpowiedziami pozytywnymi i negatywnymi. Natomiast w przypadku ostatniego: „Czy uważasz, że Federacja Rosyjska postępuje słusznie, próbując wpłynąć dezinformacją i propagandą na postrzeganie tego konfliktu?”, 90%

badanych odpowiedziało, że tak, podczas gdy jedynie 10% wyraziło przeciwnie zdanie.



Rys 10,11 i 12: Odpowiedzi ankietowanych na pytania, kolejno: *Czy jesteś świadomy działań dezinformacyjnych i propagandowych Federacji Rosyjskiej?*, *Czy spotkałeś się już kiedyś z aktem dezinformacyjnym Federacji Rosyjskiej w przestrzeni mediów społecznościowych?* oraz *Czy uważasz, że Federacja Rosyjska postępuje słusznie próbując wpłynąć dezinformacją i propagandą na postrzeganie tego konfliktu?* Źródło: Opracowanie własne

Na tym ankieta została zakończona. Po otrzymaniu wszystkich odpowiedzi, każdy z uczestników został poinformowany, że przedstawiona sytuacja była częścią badania dotyczącego rosyjskiej dezinformacji w mediach społecznościowych oraz zachęcony do zapoznania się z wiarygodnymi źródłami, które zaprzeczają, jakoby incydent był wynikiem działań wojsk ukraińskich. Dodatkowo została im przedstawiona grafika, na której porównanie twarzy obu kobiet w wyraźny sposób ukazuje, że zraniona kobieta jest tą samą podaną jako członka Centrum Wojny Informacyjnej i Operacji Psychologicznych, które formalnie nawet nie istnieje. W badaniu nie zabrakło również odpowiedzi o czysto sarkastycznym i humorystycznym charakterze, jednak ze względu na ich niepoważny ton, zostały one pominięte w sporządzaniu infografiki.

4.2 Wnioski

We wnioskach z przeprowadzonego badania starałam się ująć rzeczywistą skalę oddziaływania rosyjskiej dezinformacji i propagandy oraz zweryfikować czy młodzi ludzie rzeczywiście sięgają po jakiegokolwiek sposoby sprawdzania prawdziwości danych treści.

Odpowiedzi zebrane z pytań ankiety, w sposób oczywisty ukazały wiedzę badanych na temat zaistniałego incydentu. Zdecydowana większość (65%) opowiedziała się za tym, że nigdy wcześniej o nim nie słyszała, natomiast pozostali (35%), że byli z nim już wcześniej zapoznani. Dysproporcja w wynikach nasuwa tezę, jakoby część młodych użytkowników social mediów, nie przywiązywała uwagi do informowania się na tematy o globalnych wyzwaniach i zagrożeniach militarnych. Jest to zatrważające zjawisko, ukazujące porzucenie edukacyjnego wymiaru różnorodnych mediów, począwszy od telewizyjnych kanałów informacyjnych, kończąc na mediach społecznościowych, na rzecz obcowania z treściami o niekoniecznie poszerzającym horyzonty wymiarze. Można je przypisać do popularnego w ostatnim czasie terminu „gnicia mózgu” (ang. brainrot), czyli skupiania się na materiałach internetowych uznawanych za niskiej jakości lub mało wartościowych, co powoduje u młodych negatywne skutki psychologiczno-poznawcze⁶³. Oczywiście uwzględnić należy, że nie wszyscy interesują się bieżącym monitorowaniem przebiegu konfliktów zbrojnych na świecie. Niemniej jednak, posiadanie choćby podstawowej wiedzy na temat prowadzonych działań wojennych jest istotne z perspektywy zjawiska dezinformacji oraz jego szerzenia się wśród nieświadomych osób.

Pytanie występujące bezpośrednio pod poprzednim było swego rodzaju próbą uzyskania rzetelnego odbioru emocjonalnego badanych, dzięki czemu łatwo zidentyfikować możemy na jakie aspekty młodzież zwraca najczęściej uwagę, czy są to kwestie emocjonalne, czy raczej zimne podchodzenie do faktów. Przyglądając się wynikom jasno podkreślone zostały preferencje emocjonalne badanych, w związku z przedstawionym załącznikiem. Cyklicznie powtarzały się takie sformułowania jak: przerażenie, złość, strach, niepewność oraz dezorientacja, co z kolei wskazuje na to, że idealnie stworzone pole do interpretacji zostało wykorzystane dobrze na rzecz celowego wprowadzenia badanych w błąd. Jak wiadomo kontrowersja oraz krzywda drugiego człowieka mocno wpływa na użytkowników, a często wynikająca z nich frustracja prowadzi do kształtowania sprzecznych z rzeczywistymi działaniami poglądów ideologicznych. Wywoływanie określonych emocji w użytkownikach jest

⁶³ Wikipedia Wolna Encyklopedia, fraza: *Brainrot*, online: www.en.wikipedia.org/wiki/Brain_rot [dostęp:27.10.2024]

również jedną z najważniejszych strategii w kontekście podejmowania działań dezinformacyjnych m.in. przez aktorów politycznych. Zebrane odpowiedzi dowodzą, że najskuteczniejszym czynnikiem, który idzie w parze z nieświadomością użytkowników jest również gra na emocjach, która często podczas przedsięwzięć wojennych, celuje w zasoby ludzkie i ich krzywdę.

W kwestii poproszenia badanych o podanie czy ich zdaniem informacja, którą zobaczyli w ankiecie jest prawdziwa, czy też może stanowić podstawę do uważania jej za nieprawdziwą, zostały postawione przed nimi dwa zasadnicze pytania. Pierwsze wykazało, że aż 75% uznało ją za zgodną ze stanem faktycznym, a tylko pozostałe 25% zdecydowało się na odrobinę krytycznego myślenia bądź też sprawdzenia informacji w kilku innych źródłach na rzecz potwierdzenia jej wiarygodności.

Wskazano zatem, zadano ankietowanym pytania odnośnie tego, w jaki sposób uzasadniają swoją powyższą odpowiedź, czy też jakich kryteriów używali by uznać przestawiony załącznik za wiarygodny bądź też nie. Tu przeważająca ilość odniosła się do faktu, że użytkownik który umieścił tę treść miał weryfikację, czyli widoczną po prawej stronie nazwy użytkownika niebieski znaczek, który deklaruje zgodność właściciela z posiadanym przez niego kontem. Warto zauważyć, że przyznanie przez aplikację specjalnego tytułu użytkownikowi nie gwarantuje, że publikowane przez niego treści są rzetelne lub prawdziwe. Tytuł ten stanowi jedynie potwierdzenie tożsamości i autentyczności konta, co oznacza, że jest prowadzone przez daną osobę, ale nie odnosi się do wiarygodności zamieszczanych materiałów. Tym samym, taki znaczek w żaden sposób nie sugeruje ani nie deklaruje, że publikowane treści odzwierciedlają rzeczywistość lub są zgodne z prawdą. Badani wyraźnie łączą proces weryfikacji konta z rzetelnością, co prowadzi do tego, że w dużej części ufają takim oznaczeniom. Przekonanie to jest wynikiem powszechnej tendencji, w której użytkownicy traktują status konta jako potwierdzenie wiarygodności publikowanych treści. Jednakże należy zauważyć, że taki system weryfikacji nie gwarantuje prawdziwości przekazywanych informacji. Tym samym, istnieje ryzyko, że użytkownicy mogą nadmiernie ufać treściom opublikowanym przez zweryfikowane osoby, nie podejmując wysiłku weryfikacji ich wiarygodności.

Teza ta, znajduje potwierdzenie w pytaniach o najczęściej wykorzystywane przez ankietowanych źródła informacji oraz o wskazanie mechanizmów ich weryfikacji w kontekście analizy konfliktu. Pierwsze wykazało, że ponad połowa respondentów (55%) najczęściej korzysta z mediów społecznościowych. Znacznie mniejszy odsetek badanych preferuje serwisy internetowe (35%) oraz telewizyjne stacje informacyjne (10%). Wskazuje to na wyraźną dominację mediów społecznościowych jako źródła informacji, co podkreśla ich wpływ na kształtowanie opinii publicznej oraz konieczność zachowania czujności przy analizie pojawiających się tam treści. Zgodność tej obserwacji z przytoczonym wcześniej raportem dotyczącym wzrostu wykorzystania mediów społecznościowych oraz poszerzania ich funkcji edukacyjnych jest wyraźnie widoczna. Należy jednak pamiętać, że nauka poprzez obserwację działań innych na platformach społecznościowych niesie ze sobą zarówno korzyści, jak i pewne zagrożenia. Media, a w szczególności multimedia wywołują nie tylko określone stany intelektualne, ale również wzruszenie, przeżycia emocjonalno-ekspresyjne, przez co wzbudzają zaangażowanie oraz zainteresowanie materiałem nauczania. Między emocjami, a motywacją istnieje ścisły związek. Media oddziałując na sferę emocjonalną człowieka, uruchamiają określone procesy motywacyjne. Mogą kształtować system wartości, przekonań i postaw, a więc służą wychowaniu i socjalizacji⁶⁴. W dobie rosnącej popularności social mediów jako narzędzi edukacyjnych kluczowe staje się świadome korzystanie z nich, aby uniknąć pułapek dezinformacji i manipulacji, co jest szczególnie istotne w kontekście młodych użytkowników, dla których media społecznościowe często stanowią jedno z głównych źródeł wiedzy. Drugie pytanie wykazało powtarzalność pewnych schematów w analizie wiarygodności treści związanych z konfliktem. Większość odpowiedzi koncentrowała się na braku podejmowania jakichkolwiek działań w zakresie weryfikacji, polegając na zaufaniu do użytkowników publikujących materiały, natomiast jedynie niewielka część badanych zadeklarowała sporadyczne sprawdzanie wiarygodności treści w kilku innych źródłach.

⁶⁴ J. Jędrzykowski, *Prezentacje multimedialne w pracy nauczyciela*, Zielona Góra, 2008, Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, s. 7-30

Wyniki zebrane z ostatnich trzech pytań ankiety pokazują, że świadomość działań dezinformacyjnych i propagandowych Federacji Rosyjskiej wśród badanych jest stosunkowo wysoka, jednak wciąż istnieje znaczący odsetek osób (42%), które nie znają tego zagrożenia. Warto zauważyć, że choć 58% respondentów potwierdziło swoją wiedzę o działaniach Rosji w tym zakresie, to jednak równe rozłożenie odpowiedzi na pytanie dotyczące osobistych doświadczeń z dezinformacją sugeruje, że zjawisko to może być trudne do zidentyfikowania przez młodych użytkowników mediów społecznościowych. Ponadto, aż 90% badanych uznaje działania Rosji jako niesłuszne w kontekście wpływania na postrzeganie konfliktu poprzez dezinformację i propagandę, co wskazuje na silne przekonania, wynikające z rzetelnych informacji, które zostały im wcześniej przedstawione.

Najbardziej zaskakującym jest, że młodsze pokolenia, mimo braku aktywnego śledzenia konfliktu, wyraziły zdecydowane wsparcie dla Ukrainy w odpowiedzi na pytanie o postawy wobec obu stron. (Pamiętajmy, że badanie zostało przeprowadzone w bieżącym roku co oznacza, że ich opinie mogły ulec zmianie na przestrzeni ostatnich dwóch lat). Sugeruje to, że ich poglądy na temat konfliktu nie wynikają tylko z informacji pozyskanych z mediów społecznościowych, ale także z ogólnej tendencji do wspierania słabszych stron w sytuacjach kryzysu. Przykłady takie jak demonstracje publiczne czy zbiórki materialne na rzecz społeczności ukraińskiej mogły wykształtować te postawy, działając na zasadzie solidarności społecznej, która nie zawsze jest bezpośrednio związana z treściami prezentowanymi w mediach, lecz z ogólną atmosferą wsparcia widoczną w publicznych inicjatywach. Od dawna wiadomo, że młodzież odgrywa znaczącą rolę w działaniach społecznych, często angażując się w inicjatywy mające na celu poprawę sytuacji na świecie. Obecnie istnieje wiele zbiórek na rzecz osób uciekających przed konfliktem na Ukrainie, jednak w Polsce jedynie nieliczne kampanie koncentrują się na walce z dezinformacją. Jednym z przykładów jest kampania FakeHunter-Edu, zorganizowana przez Ministerstwo Edukacji i Nauki, GovTech Polska, Instytut Badań Edukacyjnych i Polską Agencję Prasową. Celem tej inicjatywy jest zwiększenie świadomości o skali dezinformacji, edukacja w zakresie fake newsów oraz zapewnienie narzędzi

wspierających świadome podejmowanie decyzji online⁶⁵. Kampanie o takim charakterze, powinny być tworzone znacznie częściej i obejmować szerszy zakres odbiorców, aby przeciwdziałać rozprzestrzenianiu się dezinformacji oraz nakreślać potencjalne formy jakie będzie ona miała w przyszłości. Z pewnością wdrażanie podobnych projektów, przyczyni się do budowy społeczeństwa bardziej odpornego na manipulacje i lepiej przygotowanego do odpowiedzialnego odbioru informacji w erze cyfrowej.

Z ogółu zebranych odpowiedzi wynika, że chociaż młodsze pokolenia są w dużej mierze świadome działań dezinformacyjnych, to wciąż mogą nie dostrzegać pełnej skali tego zjawiska. Jest to naturalny proces, zwłaszcza w kontekście skomplikowanej rosyjskiej propagandy, która z racji swojej złożoności i wielowymiarowej struktury stanowi trudny do szybkiej eliminacji fenomen. Opisane wyżej zjawiska społeczno-psychologiczne, choćby takie jak *brainrot*, mogą mieć istotny wpływ na sposób, w jaki użytkownicy będą postrzegać i przyswajać określone treści. Będzie to również determinować potencjalne zmiany w ich stanie psychicznym, które wynikną z nieustannego kontaktu z informacjami. Nasilone wieloma czynnikami, oddziaływanie takich zjawisk może ostatecznie prowadzić do głębokich modyfikacji w sposobie przetwarzania wiadomości oraz podejmowania decyzji, wpływając tym samym na zdolność do samodzielnej oceny i krytycznego myślenia, dlatego tak ważnym jest wdrażanie rozwiązań już teraz. W zakresie działań przeciwdziałających dezinformacji należy uwzględnić nie tylko kampanie edukacyjne, sygnalizowanie zagrożeń poprzez innych użytkowników, czy też techniczne rozwiązania aplikacji, które ograniczają rozprzestrzenianie się fałszywych informacji, ale również każde z rozwiązań, wspierające zarówno młodszych, jak i bardziej doświadczonych odbiorców w krytycznym podejściu do działań hybrydowych. Bez wątplenia za pozytywny aspekt wyników badania uznać można potwierdzenie, że choć większość respondentów nie zdaje sobie w pełni sprawy z powagi działań dezinformacyjnych, pewna część nadal aktywnie śledzi

⁶⁵ Serwis Rzeczypospolitej Polskiej, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, *Walka z dezinformacją i weryfikacja treści publikowanych w mediach społecznościowych – rusza ogólnopolska kampania edukacyjna FakeHunter-Edu*, 2022, online: www.gov.pl/web/nauka/walka-z-dezinformacja-i-weryfikacja-tresci-publikowanych-w-mediach-spoecznościowych--rusza-ogólnopolska-kampania-edukacyjna-fakehunter-edu [dostęp:08.11.2024]

przebieg konfliktu i poddaje analizie informacje na jego temat. Mimo przeważającego braku świadomości, osoby te wykazują zaangażowanie i krytyczne podejście, co wskazuje na potencjał w budowaniu bardziej świadomego społeczeństwa informacyjnego.

KU KONKLUZJI

Na temat dezinformacji oraz towarzyszącej jej propagandzie, można by napisać wielotomowe monografie, a mimo to temat nadal pozostałby niewyczerpany. Zjawisko to, szczególnie w dobie dynamicznie rozwijających się technologii cyfrowych i sztucznej inteligencji, przybiera nowe, trudne do zidentyfikowania formy, co udało mi się udowodnić w tej pracy. Czytelnikom, przedstawiłam również rozbudowany system identyfikacji dezinformacji oraz czynniki jakie składają się na jej obraz, a także algorytmy aplikacji przez które może być ona wielokrotnie udostępniana. Zawarta w pracy „pigułka” informacyjna dotyka wielu obszarów z zakresu bezpieczeństwa, socjologii, informatyki oraz psychologii, a także zawiera analizę wybranych przypadków, które pokazują jak istotną rolę stanowią media społecznościowe oraz ich rzetelny przekaz w kontekście dziejących się lub nadchodzących konfliktów zbrojnych.

Działania Federacji Rosyjskiej wyraźnie ilustrują rolę, jaką manipulacja treścią – bądź obrazem – odgrywa w przestrzeni medialnej oraz wskazują różnorodne obszary, na których może być realizowana. Przenikając do przestrzeni, w której dominują młode osoby, Kreml podejmuje próby pozyskania poparcia dla Rosji i jej polityki, jednocześnie kształtując negatywne postawy wobec Ukrainy. W tym celu dostosowuje swoje treści do użytkowników, przy pomocy trendów i *viralowych* technik angażowania oglądających, by zebrać liczbę interakcji adekwatną do uznania ich za rzetelne. Naturalnie wspomaga się algorytmami popularyzującymi treści oraz sztuczną inteligencją, której działania subtelnie ewoluują, pozbawiając nas możliwości odróżnienia fikcji od rzeczywistości. Zarówno skala, jak i czas realizacji działań Rosji, wyraźnie ukazują jej determinację w realizacji zamierzonych celów. Co więcej owe działania, znalazły swoje odzwierciedlenie nie tylko w praktyce, ale również w

podstawach prawnych państwa, co ewidentnie wskazuje na ich systemowy charakter oraz strategiczne podejście do manipulacji i dezinformacji.

Media są i będą nieodłączną częścią przedsięwzięć wojennych, gdyż ich wpływ na opinię publiczną oraz zdolność do kształtowania narracji pozwala na efektywne oddziaływanie na społeczeństwa i manipulowanie informacjami w celu osiągnięcia strategicznych korzyści. Docierając do użytkowników o różnym wieku, doświadczeniu i poglądach, media mają zdolność kształtowania przekonań i postaw, zarówno w kontekście informacji wojennych, jak i społecznych, dzięki czemu mogą wpływać na postrzeganie konfliktów międzynarodowych i krajowych, generując różnorodne reakcje oraz kształtując opinie publiczne na poziomie globalnym i lokalnym. Funkcja edukacyjna mediów społecznościowych nie stanowi problemu, o ile ich odbiorcy mają dostęp do wiarygodnych informacji oraz źródeł, które pozwalają na ich prawidłową weryfikację, jednak w obliczu dezinformacji, koniecznym staje się zwiększenie świadomości na temat rzetelności treści, jak również wprowadzenie skutecznych narzędzi umożliwiających weryfikację informacji. Bez takich działań, potencjał edukacyjny mediów społecznościowych może zostać znacznie ograniczony, a przestrzeń informacyjna zdominowana przez niezweryfikowane oraz manipulacyjne treści. W takim obliczu, niezbędne staje się wdrożenie struktur edukacyjnych i weryfikujących, które umożliwią użytkownikom skuteczne rozróżnianie informacji rzetelnych od dezinformacyjnych. Tylko w ten sposób media społecznościowe będą mogły pełnić swoją funkcję oraz wspierać odpowiedzialne korzystanie z sieci.

Nawiązanie do metafory „czarnego łabędzia” miało na celu przedstawienie dezinformacji oraz związanych z nią technik wywoływania chaosu i manipulacji opinią publiczną, jako zjawisk rzekomo nieprzewidywalnych. Jednak, poprzez szczegółową analizę oraz dogłębnie wyjaśnienie, jesteśmy w stanie przewidzieć ich wystąpienie oraz podjąć działania w celu zapobieżenia negatywnym skutkom, jakie mogą wywołać. Ostateczna decyzja dotycząca podjęcia działań w obliczu zagrożeń dezinformacyjnych zależy od nas samych. Czy pozwolimy, aby „czarne łabędzie” zawładnęły przestrzenią informacyjną, czy też podejmiemy kroki w celu powstrzymania ich nalotu?

Źródła:

A. Camus, Dżuma, wyd. Państwowy Instytut Wydawniczy 2022, s 151-182

P. Mielech, Teoria czarnego łabędzia: czy niemożliwe może się zdarzyć?, 2020, online: www.lynxbroker.pl/inwestowanie/gielda/informacje-gieldowe/handel-gielda/teoria-czarnego-labedzia/ [dostęp: 02.11.2024]

K. Kraaijeveld, Black Swans Cygnus atratus adopt related cygnets, 2005, Ardea 93(2), s 163

E. Mączyńska, Czym jest Czarny Łabędź? Po prostu ekonomia, 2020, Gazeta SGH, s 1

N. N. Taleb, Czarny łabędź. O skutkach nieprzewidywalnych zdarzeń, wyd. Kurhaus 2014, s 12

M. Zuckoff, 11 września. Dzień, w którym zatrzymał się świat, Wyd. Wydawnictwo Poznańskie, 2021 r, s 31

Serwis Rzeczypospolita, Czarny łabędź: co oznacza to pojęcie? 2021 r, online: www.sukces.rp.pl/spoleczenstwo/art19082971-czarny-labedz-co-oznacza-to-pojecie [dostęp: 07.10.2024]

N. N. Taleb, Czarny łabędź. O skutkach nieprzewidywalnych zdarzeń, wyd. Kurhaus 2014, s 37

K. Materska, Informacja w organizacjach społeczeństwa wiedzy, Warszawa 2007, s. 23-26.

M. Hetmański, Społeczny charakter informacji, Społeczeństwo informatyczne. Szansa czy zagrożenie? Lublin 2003, s. 10-25

R. Kwećka, Informacja w walce zbrojnej, Warszawa 2001, s. 31

Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 23 listopada 2016 r. w sprawie unijnej komunikacji strategicznej w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich (2016/2030(INI)), Część pierwsza: Ramy koncepcyjne, Trzy rodzaje nieporządku informacyjnego.

M. Popiołek, Fake news i dezinformacja w mediach społecznościowych – źródła, mechanizmy rozprzestrzeniania, sposoby identyfikacji, Centrum Edukacji Medialnej, 2024, online: www.cempolska.pl/knowledge_base/fake-news-i-dezinformacja-w-mediach-spolesznosciowych-zrodla-mechanizmy-rozprzestrzeniania-sposoby-identyfikacji/ [dostęp: 30.10.2024]

Sun Tzu, Sztuka Wojny, Wyd. SBM, Roz. I: Rozpoznanie, s. 7

P. Dobrzycki, Informacja jako czynnik sprawczy w sferze bezpieczeństwa w aspekcie działalności służb specjalnych, [w:] Bezpieczeństwo informacyjne. Aspekty prawno-administracyjne, red. W. Kitler, J. Taczowska-Olszewska, Warszawa 2017, s. 238

Serwis Edukacja Prawnicza, Informacja w mediach: dezinformacja, trolling, postprawda, fake news, deepfake, 02 (181) 2022, online: www.edukacjaprawnicza.pl/informacja-w-mediach-dezinformacja-trolling-postprawda-fake-news-deepfake/ [dostęp: 23.20.2024]

T. Formicki, Walka informacyjna i zarządzanie przekazem informacyjnym. Antologia wybranych analiz i artykułów z lat 2008–2017, Warszawa 2017, s. 10

P. Staniurski, Trolling, fake news, infotainment. Rola mediów społecznościowych w prowadzeniu wojny informacyjnej na przykładzie działań podejmowanych w tym obszarze przez Federację Rosyjską, Instytut Analiz Społecznych, s 53

W. Baluk, Instytut Studiów Międzynarodowych UMCS, Serwis StopFake.org, Wojna informacyjna Rosji przeciwko Ukrainie w latach 2014 – 2022, 2023, online: www.stopfake.org/pl/wojna-informacyjna-rosji-przeciwko-ukrainie-w-latach-2014-2022/ [dostęp: 23.10.2024]

Jose Nazario, Georgia DDoS Attacks – A Quick Summary of Observations, Arbor Networks Threat Intelligence , 2008, www.arbornetworks.com/blog/asert/georgia-ddos-attacks-a-quick-summary-of-observations [dostęp: 23.10.2024]

A. Legucka, Dezinformacja jako element wojny element wojny informacyjnej Federacji Rosyjskiej – założenia i efektywność, „Sprawy Międzynarodowe” 2020, nr 4, s. 161.

A. Darczewska, Anatomia rosyjskiej wojny informacyjnej. Operacja krymska – studium przypadku, 2014, s 15.

Serwis ICDRC, Wpływ mediów społecznościowych na rozpowszechnianie informacji, 2024, online: www.icdrc.org/information/the-impact-of-social-media-on-information-dissemination [dostęp:23.10.2024]

C.T. Carr, R. A. Hayes, Social Media: Defining, Developing, and Divining, 2014, s 49-50

A. Szczudło, Serwis Creativa, Repostowanie, linkowanie i embedowanie, czyli udostępnianie cudzych treści w social mediach, 2019, online: www.creativa.legal/repostowanie-linkowanie-i-embedowanie-w-sieciach-spolecznościowych/ [dostęp:07.10.2024]

Raport Digital 2015 Global (styczeń 2015), Raport Digital 2024 Global (styczeń 2024) online: www.datareportal.com [dostęp: 07.10.2024]

Serwis SocialPilot, Social Media Terms – Repost, online: www.socialpilot.co/social-media-terms/repost [dostęp: 31.10.2024]

G. Ceylan, How Social Media Rewards Misinformation 2023, Yale SOM, online: www.insights.som.yale.edu/insights/how-social-media-rewards-misinformation [dostęp: 31.10.2024]

M. A. Golino, Institute for Internet and the Just Society, Algorithms in Social Media Platforms, 2021, online: www.internetjustsociety.org/algorithms-in-social-media-platforms [dostęp: 02.11.2024]

J. Möller, Heinrich-Böll-Stiftung, What are Filter Bubbles and Digital Echo Chambers?, 2022, online: www.il.boell.org/en/2022/03/04/what-are-filter-bubbles-and-digital-echo-chambers [dostęp:02.11.2024]

B. Kitchens, S. L. Johnson, P. H. Gray, Understanding Echo Chambers and Filter Bubbles: The Impact of Social Media on Diversification and Partisan Shifts in News Consumption, Uniwersytet Wirginii, 2020

S. Chalke, D. Mishra, International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology (IJARSCT), Studying the Impact of Social Media Algorithms on the Spread of Misinformation and its Effects on Society, 2023, s 354

Serwis Rzeczypospolitej Polskiej, Służby specjalne, Polska na celowniku dezinformacji, online: www.gov.pl/web/sluzby-specjalne/polska-na-celowniku-dezinformacji [dostęp: 06.10.2024]

IBMS, Komunikat ws. prorosyjskich ataków informacyjnych 24.02.22, online: www.ibims.pl/komunikat-ws-prorosyjskich-atakow-informacyjnych-24-02-22/ [dostęp: 06.10.2024]

IBMS, Komunikat ws. dezinformacji ws. sytuacji na Ukrainie w Internecie, online: www.ibims.pl/komunikat-ws-szerzenia-dezinformacji-ws-sytuacji-na-ukrainie-w-polskiej-przestrzeni-internetowej/ [dostęp: 06.10.2024]

Internetmatters.org, zespół ds. Internetu, Co to jest X?, 2024, online: www.internetmatters.org/pl/hub/news-blogs/twitters-parental-controls-and-privacy-settings-what-parents-need-to-know/ [dostęp: 06.10.2024]

Serwis National Post, Fact check: Video of Zelinskyy at his desk altered to add suspicious white powder - An iteration on TikTok has garnered more than 526,800 reproductions as of April 26, 2022, online: www.nationalpost.com/news/world/fact-check-video-of-zelinskyy-at-his-desk-altered-to-add-suspicious-white-powder [dostęp: 13.10.2024]

A. Glinianowicz, Serwis Warszawa Nasze Miasto, Zabójstwo na Nowym Świecie. Sprawę komentuje Zbigniew Ziobro. Postępowanie zostało przeniesione do Prokuratury Krajowej, 2022, online: www.warszawa.naszemiasto.pl/zabojstwo-na-nowym-swiecie-sprawe-komentuje-zbigniew-ziobro/ar/c1-8817233 [dostęp: 13.10.2024]

A. Glinianowicz, Serwis Warszawa Nasze Miasto, Zabójstwo na Nowym Świecie. Znana jest tożsamość dwóch podejrzanych, 2022, online: www.warszawa.naszemiasto.pl/zabojstwo-na-nowym-swiecie-znana-jest-tozsamosc-dwoch/ar/c1-8826945 [dostęp: 13.10.2024]

J. Pakieła, Serwis On Board Think Kong Ecco Network, TikTok – co to jest, jak działa i jak z niego korzystać? 2022, online: www.obtk.pl/tiktok-co-jest-jak-dziala-i-jak-z-niego-korzystac [dostęp: 17.10.2024]

Portal Widoczni, TikTok w liczbach, online: www.widoczni.com/blog/statystyki-tiktok [dostęp: 18.10.2024]

K. Wójcicka, Dziennik Gazeta Prawna, Wojna w Ukrainie to era TikToka, online: www.serwisy.gazetaprawna.pl/media/artykuly/8417753,wojna-w-ukrainie-to-era-tiktoka.html [dostęp: 18.10.2024]

Serwis Tridens Technology, Statystyki użytkowników TikTok, online: www.tridens technology.com [dostęp: 18.10.2024]

Centrum Zwalczenia Dezinformacji (ukr. ЦЕНТР ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ), Lista kanałów TikTok szerzących wrogą propagandę - Список TikTok-каналів поширення ворожої пропаганди, online: www.cpd.gov.ua [dostęp: 18.10.2024]

Portal CyberDefense 24, TikTok, online: www.cyberdefence24.pl/social-media [dostęp: 18.10.2024]

Portal Facebook, Akademia Fact-Checkingu, Kto jeszcze zabiera głos w internetowych dyskusjach?, online: www.facebook.com/akademiafactcheckingu [dostęp: 18.20.2024]

Serwis Polityka Bezpieczeństwa, Jak rozpoznać bota?, online: www.politykabezpieczenstwa.pl/pl/a/jak-rozpoznac-bota [dostęp: 18.10.2024]

Serwis Nueko, Grafiki w mediach społecznościowych, online: www.nueko.com [dostęp: 19.10.2024]

C. Wardle, H. Derakhshan, Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking 2017, Conceptual Framework, s 39

Serwis Kompan.pl, Definicja pojęcia - Trend na TikToku, online: www.kompan.pl/co-to-jest/trend-na-tiktoku/ [dostęp: 09.11.2024]

TikTok, dźwięk użytkownika @koloniarz, online: www.tiktok.com/music/d%C5%BAwi%C4%99k-oryginalny-7152617006029556485 [dostęp: 21.10.2024]

TikTok, film użytkownika @user213769127, online: www.tiktok.com/@user213769127/video/7406229413928389921 [dostęp: 21.10.2024]

Jens E. Kjeldsen, Wideo Czasopismo Edukacji i Pedagogiki, Projektowanie wizualne w edukacji i dla edukacji, Retoryka wizualna i siła obrazów: krótka lekcja na temat retorycznej siły obrazów i potrzeby fronesis i krosis w nauczaniu retoryki wizualnej, 2021

Serwis About Amazon Poland, Sztuczna Inteligencja, online: www.aboutamazon.pl/wiadomosci/sztuczna-intelignecja/adopcja-sztucznej-inteligencji-w-polsce-wzrosla-o-36-w-ciagu-ostatniego-roku [dostęp: 06.11.2024]

AI Index, Measuring trends in AI, online: www.aiindex.stanford.edu/report/ [dostęp: 06.11.2024]

K. Gradoń, Politechnika Warszawska, Analiza kryminalna w przyszłości. Materiały pokonferencyjne, Dezinformacja a techniki Sztucznej Inteligencji – miecz obosieczny? 2024, s 31 - 33

A. Piekarska, Operacje wpływu w cyberprzestrzeni – Analiza zjawiska, Uniwersytet Warszawski, s 2

M. A. Turosz, Ł. Bober, Promocja, edukacja zdrowotna oraz profilaktyka w naukach medycznych, Influencerzy jako autorytet w percepcji młodzieży szkolnej, Uniwersytet Medyczny w Białymstoku, tom 10, s 150

S. Kaczmarek, serwis IT Filolog, Syndrom zmęczenia informacją. Wpływ nowych technologii na efektywność pracowników, 2017, online: www.it-filolog.pl/syndrom-zmeczenia-informacja-wplyw-nowych-technologii-na-efektywnosc-pracownikow/ [dostęp:06.11.2024]

W. M. Czerski, Przegląd Pedagogiczny, Przeciążenie informacyjne wyzwaniem dla edukacji doby cyfrowej, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, 2020, s 4

Blog Amnesty International, „Jesteśmy całkowicie pozbawieni osłony” – badania wpływu mediów społecznościowych na młodych ludzi, online:www.amnesty.org.pl/badania-wplywu-mediow-spolecznościowych-na-młodych-ludzi/ [dostęp:06.11.2024]

Wikipedia Wolna Encyklopedia, fraza: Brainrot, online: www.en.wikipedia.org/wiki/Brain_rot [dostęp:27.10.2024]

J. Jędrzykowski, Prezentacje multimedialne w pracy nauczyciela, Zielona Góra, 2008, Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, s. 7-30

Serwis Rzeczypospolitej Polskiej, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Walka z dezinformacją i weryfikacja treści publikowanych w mediach społecznościowych – rusza ogólnopolska kampania edukacyjna FakeHunter-Edu, 2022, online: www.gov.pl/web/nauka/walka-z-dezinformacja-i-weryfikacja-tresci-publikowanych-w-mediach-spolecznościowych--rusza-ogólnopolska-kampania-edukacyjna-fakehunter-edu [dostęp:08.11.2024]

